

Máster de Formación Permanente
Semipresencial
MBA en Selección de Personal



Máster de Formación Permanente Semipresencial MBA en Selección de Personal

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 7 meses

Titulación: TECH Universidad Tecnológica

Créditos: 60 + 5 ECTS

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

Índice

01	02	03	04
Presentación del programa	¿Por qué estudiar en TECH?	Plan de estudios	Objetivos docentes
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 4</i>	<i>pág. 8</i>	<i>pág. 12</i>	<i>pág. 26</i>
	05	06	07
	Prácticas	Centros de prácticas	Salidas profesionales
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 32</i>	<i>pág. 38</i>	<i>pág. 42</i>
	08	09	10
	Metodología de estudio	Cuadro docente	Titulación
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 48</i>	<i>pág. 58</i>	<i>pág. 76</i>

01

Presentación del programa

En el entorno empresarial actual, caracterizado por una alta competitividad y constante evolución tecnológica, la Selección de Personal se ha consolidado como un factor crítico para el éxito organizacional. Las organizaciones que logran atraer y retener talento de alta calidad no solo mejoran su rendimiento operativo, sino que también fortalecen su capacidad de innovación y adaptación ante cambios del mercado. Sin embargo, los métodos tradicionales de reclutamiento y selección a menudo resultan insuficientes. Por eso, los expertos necesitan incorporar a su praxis diaria las herramientas más modernas para mejorar los procesos de reclutamiento e impulsar la eficiencia organizacional. En este marco, TECH presenta un vanguardista programa universitario centrado en las últimas tendencias en la Selección de Personal.



“

Con este Máster de Formación Permanente Semipresencial, dominarás las estrategias más innovadoras para identificar, atraer y retener a los mejores candidatos en mercados laborales competitivos”

Un reciente informe llevado a cabo por la Organización de las Naciones Unidas destaca que la diversidad e inclusión se han posicionado como prioridades estratégicas para las organizaciones que buscan fomentar ambientes laborales equitativos y aprovechar al máximo el potencial humano. Además, sostiene que las instituciones que implementan políticas de selección inclusivas aumentan la satisfacción laboral en un 18% y la innovación en un 22%. Frente a esta situación, los profesionales requieren manejar las técnicas más modernas para garantizar que los procesos selectivos sean equitativos, justos y transparentes.

Con esta idea en mente, TECH ha creado un exclusivo Máster de Formación Permanente Semipresencial MBA en Selección de Personal. Ideado por referentes en este campo, el plan de estudios analizará cuestiones que abarcan desde la psicología del trabajo o gestión del desempeño hasta los fundamentos del Marketing estratégico. Gracias a esto, los alumnos obtendrán competencias avanzadas para fomentar prácticas de selección equitativas que valoren la diversidad cultural y de género, eliminando sesgos.

En lo que respecta a la metodología de este programa universitario, consta de dos partes. La primera etapa es teórica y se imparte bajo un cómodo formato 100% online, que permite a los alumnos planificar sus propios horarios. Acto seguido, los egresados llevarán a cabo una estancia práctica en una entidad de prestigio relacionada con la Selección de Personal. De este modo, el alumnado podrá llevar a la práctica todo lo aprendido y perfeccionar sus competencias. Además, estará acompañado en todo momento por un especialista con amplia experiencia en este sector. En adición, un reconocido Director Invitado Internacional brindará 10 disruptivas *Masterclasses*.

Este **Máster de Formación Permanente Semipresencial MBA en Selección de Personal** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Sus características más destacadas son:

- ♦ Desarrollo de más de 100 casos prácticos presentados por profesionales en Selección de Personal
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información imprescindible sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Especial hincapié en el uso de herramientas tecnológicas de última generación para optimizar los procesos de reclutamiento
- ♦ 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 en una de las mejores empresas



Un prestigioso Director Invitado Internacional ofrecerá 10 rigurosas Masterclasses relativas a las últimas tendencias en la Selección de Personal”

“

Obtendrás habilidades de liderazgo avanzadas para gestionar equipos de Recursos Humanos de manera efectiva”

En esta propuesta de Máster, de carácter profesionalizante y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales de la Selección de Personal y Recursos Humanos. Los contenidos están basados en la última evidencia científica, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico en la praxis diaria.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional de la Selección de Personal 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 basado 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.

Este programa universitario permite ejercitarse en entornos simulados, que proporcionan un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

Promoverás la adopción de metodologías innovadoras para la mejora constante de la Selección de Personal.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

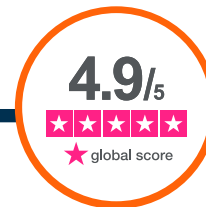
Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

Los contenidos didácticos de este Máster de Formación Permanente Semipresencial han sido elaborados por reconocidos expertos en Selección de Personal. El itinerario académico profundizará en materias que van desde la gestión estratégica de la igualdad en los Recursos Humanos o control del desempeño hasta los fundamentos del *management* directivo. Gracias a esto, los profesionales desarrollarán habilidades avanzadas para diseñar e implementar estrategias de selección que alineen con los objetivos organizacionales.





“

Usarás herramientas de Análisis de Datos para tomar decisiones informadas en los procesos de Selección”

Módulo 1. Psicología del trabajo y de las organizaciones

- 1.1. Aproximación a la psicología del trabajo y de las organizaciones
 - 1.1.1. Definición y conceptualización histórica
 - 1.1.2. Aplicación de la psicología del trabajo y las organizaciones
 - 1.1.3. Cuadros psicológicos en el entorno laboral
- 1.2. Estructura de las organizaciones
 - 1.2.1. Estructura en la organización: el organigrama
 - 1.2.2. Estructura de grupo: clases de grupos empresariales
 - 1.2.3. Proceso e intercambio de información en la organización
- 1.3. Clima organizacional
 - 1.3.1. Concepto de clima organizacional
 - 1.3.2. La importancia de establecer una cultura organizacional en la empresa y su impacto en el trabajador
 - 1.3.3. Evaluación del clima organizacional
- 1.4. El contexto positivo y creativo en las organizaciones
 - 1.4.1. Introducción al contexto positivo
 - 1.4.2. Manejo de contextos turbulentos y dispensadores
 - 1.4.3. Acciones de mediación
 - 1.4.4. Cambio organizacional
- 1.5. Psicología social del conflicto y la negociación
 - 1.5.1. Conflicto social (el grupo humano y sus componentes cognitivos en grupo)
 - 1.5.2. El grupo humano: procesos colectivos
 - 1.5.3. Estimulación del conflicto
- 1.6. Fundamentos psicosociales del comportamiento humano
 - 1.6.1. Fundamentos psicológicos del comportamiento humano
 - 1.6.2. Valores
 - 1.6.3. Percepción
 - 1.6.4. Aprendizaje
 - 1.6.5. Compromiso

- 1.7. Orientación laboral
 - 1.7.1. Contextualización de la orientación en el mundo laboral
 - 1.7.2. La orientación laboral en el aprendizaje laboral a lo largo de la vida: *Skills*
 - 1.7.3. La transformación digital en la orientación laboral
 - 1.7.4. Organizaciones internacionales en la orientación vocacional y profesional
- 1.8. El liderazgo, cambio, innovación y desarrollo
 - 1.8.1. Introducción y definición del liderazgo
 - 1.8.2. Tipologías del liderazgo
 - 1.8.3. Competencias del liderazgo centradas en el cambio y la innovación
- 1.9. Personalidad, actitudes y valores en el entorno laboral
 - 1.9.1. Conceptualización de la personalidad
 - 1.9.2. Teorías de la personalidad
 - 1.9.3. Relación entre actitudes y personalidad
 - 1.9.4. Personalidad y entorno laboral
- 1.10. Motivación y satisfacción laboral
 - 1.10.1. Motivación: tipos (extrínseca e intrínseca)
 - 1.10.2. Motivación y personalidad
 - 1.10.3. Satisfacción y satisfacción laboral

Módulo 2. Seguridad social

- 2.1. El modelo constitucional de protección social. El sistema de la seguridad social
 - 2.1.1. El modelo constitucional de protección social
 - 2.1.1.1. Las medidas de protección de las necesidades sociales
 - 2.1.1.2. La seguridad social
 - 2.1.1.3. Las declaraciones de la constitución española de 1978 en materia de protección social
 - 2.1.2. El sistema de la seguridad social
 - 2.1.2.1. Evolución de la seguridad social en España
 - 2.1.2.2. Composición del sistema
 - 2.1.2.3. Acción protectora: prestaciones de la seguridad social
 - 2.1.3. Régimen económico financiero de la seguridad social
 - 2.1.4. Gestión de la seguridad social

- 2.2. Personas y contingencias protegidas
 - 2.2.1. Campo de aplicación del sistema
 - 2.2.2. Campo de aplicación del régimen general
 - 2.2.3. Inscripción de empresarios
 - 2.2.4. Afiliación de trabajadores
 - 2.2.4.1. Altas y bajas de los trabajadores
 - 2.2.4.2. Clases de alta
 - 2.2.4.3. El convenio especial como situación asimilada al alta
 - 2.2.4.4. Efectos de las altas, bajas y comunicación de datos de los trabajadores
 - 2.2.5. Efectos de los actos indebidos
- 2.3. Personas y contingencias protegidas II
 - 2.3.1. Situaciones protegidas
 - 2.3.2. El accidente de trabajo y la enfermedad profesional
 - 2.3.3. La acción protectora del sistema de la seguridad social
 - 2.3.4. Requisitos generales del derecho a las prestaciones contributivas
 - 2.3.5. Responsabilidad en orden a las prestaciones
 - 2.3.6. Automaticidad de las prestaciones
- 2.4. Gestión y financiación (parte I)
 - 2.4.1. Gestión de la seguridad social
 - 2.4.1.1. Entidades Gestoras
 - 2.4.2. Los servicios comunes
 - 2.4.3. La colaboración en la gestión
- 2.5. Gestión y financiación (parte II)
 - 2.5.1. Régimen económico financiero de la seguridad social
 - 2.5.2. Recursos generales de la seguridad social
 - 2.5.3. La cotización a la seguridad social
 - 2.5.3.1. Bases y tipos de cotización
 - 2.5.4. Recaudación
- 2.6. Prestaciones económicas: subsidios y pensiones I
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. Incapacidad temporal
 - 2.6.3. Maternidad
 - 2.6.4. Paternidad
 - 2.6.5. Riesgo durante el embarazo y durante la lactancia
 - 2.6.6. Cuidado de menores afectados por cáncer u otra enfermedad grave
 - 2.6.7. Desempleo
- 2.7. Prestaciones económicas: subsidios y pensiones II
 - 2.7.1. Introducción
 - 2.7.2. Prestaciones contributivas
 - 2.7.2.1. Incapacidad permanente
 - 2.7.2.2. Jubilación
 - 2.7.2.3. Muerte y supervivencia
 - 2.7.3. Prestaciones no contributivas
 - 2.7.3.1. Invalidez
 - 2.7.3.2. Jubilación
 - 2.7.4. Prestaciones familiares
- 2.8. El sistema de salud. La cartera de servicios y los medicamentos
 - 2.8.1. El sistema de salud y la seguridad social
 - 2.8.2. Evolución en la protección del derecho a la salud
 - 2.8.3. El sistema nacional de salud
 - 2.8.4. Cartera común de servicios del sistema nacional de salud
 - 2.8.5. Competencias del estado y de las comunidades autónomas en materia de sanidad
 - 2.8.6. Los medicamentos y la prestación farmacéutica
 - 2.8.7. Asegurados y beneficiarios del derecho a la asistencia sanitaria
 - 2.8.8. Gestión de la prestación

- 2.9. El sistema de asistencia social
 - 2.9.1. Delimitación del concepto. asistencia social
 - 2.9.2. La asistencia social interna de la seguridad social
 - 2.9.3. La asistencia social externa al sistema de la seguridad social
 - 2.9.4. Servicios sociales
 - 2.9.5. El sistema para la autonomía y atención a la dependencia
- 2.10. Planes y fondos de pensiones. mutualidades de previsión social
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. Las mejoras voluntarias
 - 2.10.3. Las Mutualidades de Previsión Social. Los planes y Fondos de Pensiones

Módulo 3. Administración de personal

- 3.1. Introducción a la administración de personal
 - 3.1.1. Los recursos humanos en la empresa
 - 3.1.2. Gestión de la administración de personal en los Recursos Humanos (RR. HH)
- 3.2. Modalidades de contratación
 - 3.2.1. El contrato de trabajo
 - 3.2.2. Tipos de contratación
 - 3.2.3. Tipos de extinción del contrato
- 3.3. El recibo de nómina (I)
 - 3.3.1. El salario
 - 3.3.2. Percepciones salariales
 - 3.3.3. Percepciones extrasalariales
- 3.4. El recibo de nómina (II): cálculo
 - 3.4.1. Estructura de la nómina
 - 3.4.2. Bases de cotización
 - 3.4.3. Cálculo de la nómina
- 3.5. El recibo de nómina (III): deducciones
 - 3.5.1. Deducciones
 - 3.5.2. Impuestos
 - 3.5.3. seguridad social
 - 3.5.4. Otros tipos de deducciones

- 3.6. Jornada laboral, vacaciones y permisos
 - 3.6.1. Jornada laboral
 - 3.6.2. Vacaciones
 - 3.6.3. Permisos de trabajo
 - 3.6.4. Incapacidades
- 3.7. Impuestos
 - 3.7.1. El sistema tributario
 - 3.7.2. Obligaciones tributarias de los trabajadores
 - 3.7.3. Obligaciones tributarias del patrón
- 3.8. Herramientas tecnológicas para la elaboración de nóminas
 - 3.8.1. El ERP concepto
 - 3.8.2. Importancia en la gestión de la nómina
 - 3.8.3. Programas más comunes
- 3.9. Compensaciones y beneficios
 - 3.9.1. La administración de compensaciones y beneficios
 - 3.9.2. Prestaciones superiores a la ley
 - 3.9.3. Salario emocional
 - 3.9.4. *Home Office*
- 3.10. Igualdad de oportunidades en la administración de personal
 - 3.10.1. La igualdad de oportunidades como parte de la cultura organizacional
 - 3.10.2. Equidad de género
 - 3.10.3. Responsabilidad social

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

- 4.1. La capacitación en la empresa
 - 4.1.1. Concepto, objetivos y actores de la capacitación
 - 4.1.2. La capacitación como elemento de la estrategia empresarial
- 4.2. Planificación de la capacitación
 - 4.2.1. Elemento de la planificación de la capacitación
 - 4.2.2. Gestión presupuestal
- 4.3. Diagnóstico de necesidades de capacitación
 - 4.3.1. Detección de necesidades de capacitación DNC
 - 4.3.2. Técnicas y recolección de datos
 - 4.3.3. Análisis y valoración

- 4.4. Métodos de capacitación
 - 4.4.1. Capacitación en el puesto de trabajo
 - 4.4.2. Capacitación fuera del puesto de trabajo
 - 4.4.3. Capacitación en entornos digitales: e-learning
 - 4.4.4. Capacitación Blended
- 4.5. Diseño y programación de acciones de capacitación
 - 4.5.1. Concepto de diseño y programación de acciones de capacitación
 - 4.5.2. Definición del objetivo y contenidos de las acciones de capacitación
 - 4.5.3. Metodología de enseñanza en las acciones de capacitación
- 4.6. El sistema de educación dual
 - 4.6.1. Origen de la capacitación dual y países de referencia
 - 4.6.2. Aspectos laborales del contexto de la capacitación dual
 - 4.6.3. Aspectos educativos del contexto de la capacitación dual
 - 4.6.4. Perspectivas y evolución de la capacitación dual
- 4.7. Marco legal de la capacitación
 - 4.7.1. Art. 123
 - 4.7.2. Ley federal del trabajo
 - 4.7.3. Contratos colectivos de trabajo
- 4.8. El costo de la capacitación en la organización
 - 4.8.1. Costos directos de la capacitación
 - 4.8.2. Costos indirectos de la capacitación
- 4.9. El impacto económico de una correcta capacitación en la empresa
- 4.10. Inspecciones y auditoría de la capacitación en la empresa
 - 4.10.1. Inspecciones gubernamentales
 - 4.10.2. Auditorías externas
 - 4.10.3. Riesgos en caso de no cumplimiento
- 4.11. Capacitación de alta especialidad
 - 4.11.1. Puestos de alto riesgo
 - 4.11.2. Programas de capacitación especiales

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

- 5.1. Programas y políticas de empleo gubernamentales
 - 5.1.1. Conocimiento de las políticas de empleo gubernamentales vigentes
 - 5.1.2. Programas de subsidio al empleo
 - 5.1.3. El gobierno como otorgante de empleo
- 5.2. Políticas de pobreza y exclusión social
 - 5.2.1. Conceptualización de la pobreza en términos socioeconómicos
 - 5.2.2. Contextualización jurídica y social
 - 5.2.3. La pobreza y la inclusión social en las políticas de empleo
- 5.3. Grupos sociales y las dificultades en el empleo
 - 5.3.1. Identificación de los grupos sociales
 - 5.3.2. Prácticas laborales excluyentes
 - 5.3.3. Programas y leyes protectoras de los grupos sociales
- 5.4. Discapacidad en el entorno laboral
 - 5.4.1. Conceptualización de la discapacidad
 - 5.4.2. Programas de inclusión laboral en la empresa
 - 5.4.3. Incentivos gubernamentales
- 5.5. Programas de jóvenes y primer empleo
 - 5.5.1. Políticas de becarios y practicantes en la empresa
 - 5.5.2. Programas gubernamentales
 - 5.5.3. Retos del empleo juvenil en el contexto de transformación digital
- 5.6. Pensiones y jubilación
 - 5.6.1. Leyes correspondientes
 - 5.6.2. Sujetos de derecho a pensión o jubilación
- 5.7. Mujer y trabajo I: violencia de género
 - 5.7.1. Contextualización de la violencia de género
 - 5.7.2. Programas empresariales contra la violencia de género
 - 5.7.3. La promoción del empleo en las mujeres víctimas de violencia de género
- 5.8. Mujer y trabajo II: discriminación y marginación en el empleo
 - 5.8.1. La mujer en el contexto laboral a lo largo de la historia
 - 5.8.2. Discriminación en el empleo
 - 5.8.3. Sectores productivos de mayor empleabilidad para las mujeres

- 5.9. Inmigración y trabajo
 - 5.9.1. Tipos de inmigrantes
 - 5.9.2. Permisos de trabajo
 - 5.9.3. La participación del gobierno en la promoción de la migración legal
- 5.10. Administración de personal internacional
 - 5.10.1. Empresas globales
 - 5.10.2. Inmigrantes y expatriados
 - 5.10.3. Fomentar una cultura empresarial global

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

- 6.1. Introducción a la Selección de Personal
 - 6.1.1. La Selección de Personal
 - 6.1.2. Etapas de la Selección de Personal
- 6.2. El reclutamiento: técnicas
 - 6.2.1. Fuentes internas de reclutamiento
 - 6.2.2. Fuentes externas de reclutamiento
 - 6.2.3. Reclutamiento digital: *e-recruitment*
- 6.3. Pruebas cuantitativas de Selección de Personal
 - 6.3.1. La psicometría
 - 6.3.2. Pruebas psicométricas
 - 6.3.3. Pruebas de habilidades o conocimientos
- 6.4. Test psicológicos en el entorno laboral
 - 6.4.1. Test de inteligencia
 - 6.4.2. Test de personalidad
 - 6.4.3. Test de competencias específicas
- 6.5. Pruebas cualitativas de Selección de Personal
 - 6.5.1. *Role play*
 - 6.5.2. *Assessment Center*
 - 6.5.3. Dinámicas grupales
- 6.6. Evaluación de la eficacia y eficiencia en los procesos de selección
 - 6.6.1. Métodos de valoración cuantitativa de los procesos de selección
 - 6.6.2. Métodos de valoración cualitativa de los procesos de selección

- 6.7. *On boarding*
 - 6.7.1. Protocolos de bienvenida
 - 6.7.2. Inducción
 - 6.7.3. Estrategia de apego a la cultura organizacional
 - 6.7.4. Entrevista de ajuste
- 6.8. Incorporación de la igualdad de oportunidades en los procesos de selección cuantitativos y cualitativos
 - 6.8.1. La igualdad de oportunidades en las organizaciones
 - 6.8.2. Protocolos de incorporación de la igualdad de oportunidades en los procesos de selección y promoción
- 6.9. Procesos de promoción interna
 - 6.9.1. Plan de vida y carrera
 - 6.9.2. Cartas de reemplazo
 - 6.9.3. Procesos de promoción
- 6.10. *Employer Branding*
 - 6.10.1. La marca empleadora y su importancia
 - 6.10.2. Herramientas online de *Branding* corporativo (*website*, redes sociales, blogs)
 - 6.10.3. Herramientas offline de *Branding* corporativo: ferias de empleo, impacto en medios de comunicación

Módulo 7. Selección de personas II: era digital

- 7.1. Las competencias laborales en la era digital
 - 7.1.1. Concepto de competencia
 - 7.1.2. Las competencias y las profesiones del futuro en la cuarta revolución industria
 - 7.1.3. Marcos nacionales e internacionales de competencias profesionales
- 7.2. Introducción al entorno 2.0 y la selección
 - 7.2.1. Ventajas del entorno 2.0 en el reclutamiento y selección
 - 7.2.2. Principales medios para realizar procesos de selección online
- 7.3. Análisis de competencias profesionales en el entorno empresarial
 - 7.3.1. Identificación de necesidades competenciales en los puestos de trabajo
 - 7.3.2. Elaboración del diccionario de competencias

- 7.4. Selección de personal por competencias profesionales
 - 7.4.1. Entrevista de selección por competencias
 - 7.4.2. Metodología STAR
 - 7.4.3. *Assessment Center*
 - 7.4.4. Evaluación del proceso de selección por competencias
- 7.5. *e-recruitment, Nethunting y employer Branding*
 - 7.5.1. Reputación social y *Branding Employer*
 - 7.5.2. *Social Media Recruiting*
 - 7.5.3. *Inbound Recruitment*
 - 7.5.4. *Mobile Recluitment*
 - 7.5.5. Los nuevos profesionales del *e-recruitment*: los Nethunters
- 7.6. Procesos de selección por competencias en entornos digitales
 - 7.6.1. Análisis de *Big Data* en la identificación de competencias profesionales
 - 7.6.2. Algorítmica en la selección de personas (portales de empleo 2.0)
 - 7.6.3. Pruebas de gamificación
 - 7.6.4. *Networking* y marca personal
- 7.7. *Headhunting* y la captación del talento humano digital
 - 7.7.1. *Headhunting*
 - 7.7.2. *Mapping* de puestos
 - 7.7.3. Gestión del talento online
 - 7.7.4. *Recruitment* internacional
- 7.8. Intranet como herramienta de comunicación y selección
 - 7.8.1. Intranet: funcionamiento, conceptos y definiciones
 - 7.8.2. Funcionamiento de una intranet
 - 7.8.3. Tipos de intranet
 - 7.8.4. Implementación de intranet en procesos de RR. HH
- 7.9. Desarrollo de competencias digitales
 - 7.9.1. Detección de competencias digitales transversales
 - 7.9.2. Formación en competencias digitales en el entorno empresarial
- 7.10. Cultura digital y derechos digitales inherentes a los trabajadores
 - 7.10.1. La sociedad 3.0
 - 7.10.2. Ciberseguridad y protección de datos personales

Módulo 8. Gestión de desempeño y política retributiva

- 8.1. Introducción a la gestión del desempeño y la dirección por objetivos
 - 8.1.1. La repercusión de la era digital en el desempeño profesional
 - 8.1.2. Transformación digital en las empresas
 - 8.1.3. Nuevas políticas de Recursos Humanos en la era digital
 - 8.1.4. Los nuevos entornos laborales
 - 8.1.5. Evaluación del desempeño: qué es y para qué sirve
 - 8.1.6. Modelos de evaluación del desempeño
- 8.2. El ciclo de la gestión del desempeño
 - 8.2.1. Los nuevos entornos laborales
 - 8.2.2. Fases del ciclo de la gestión del desempeño
 - 8.2.3. Modelos en los sistemas de trabajo
- 8.3. Planificación del desempeño
 - 8.3.1. Diseño inicial de la evaluación de desempeño: análisis de la empresa
 - 8.3.2. Fijación de objetivos individuales y grupales
 - 8.3.3. Métricas de desempeño
 - 8.3.4. Sistemas de evaluación por competencias
- 8.4. Seguimiento del desempeño
 - 8.4.1. Gestión del mapa de talento empresarial
 - 8.4.2. Mecanismos de seguimiento del plan de acción individual y grupal: técnicas de observación, coaching y retroalimentación
 - 8.4.3. Planes de reconocimiento
- 8.5. Evaluación del desempeño
 - 8.5.1. Puntos clave en la evaluación del desempeño: objetivos, competencias y proyecto/equipo
 - 8.5.2. Definición de escalas de evaluación y parámetros de excelencia
 - 8.5.3. La aplicación de la evaluación
- 8.6. Gestión del bajo rendimiento
 - 8.6.1. Técnicas de observación
 - 8.6.2. Metodologías de motivación de incentivos y coaching
 - 8.6.3. Plan de recuperación

- 8.7. Política de retribución
 - 8.7.1. Regulación del trabajo y la retribución
 - 8.7.2. Establecimiento del sistema general de compensaciones
 - 8.7.3. Retribuciones variables
 - 8.7.4. Sistemas de control
- 8.8. Aspectos jurídico-laborales de la retribución
 - 8.8.1. Encuadre jurídico
 - 8.8.2. Aplicación
- 8.9. Planificación anual de los planes de desempeño
 - 8.9.1. Diseño y elaboración de un plan anual de desempeño
 - 8.9.2. Análisis de resultados
- 8.10. Aspectos de retribución adicionales
 - 8.10.1. Planes de pensiones
 - 8.10.2. Otras situaciones especiales
- 9.4. Prospección laboral II
 - 9.4.1. Diagnóstico y análisis del mercado laboral
 - 9.4.2. La prospección y sus fases: acercamiento a la empresa y plan de captación
 - 9.4.3. Fidelizar y evaluar la relación con las empresas
 - 9.4.4. Gestión de la demanda de empleo y acompañamiento a la empresa
- 9.5. Las actividades de reclutamiento
 - 9.5.1. Conceptualización del reclutamiento: tipologías
 - 9.5.2. Procedimientos de reclutamiento en la era digital: *e-recruitment*
 - 9.5.3. El reclutamiento en las entidades colaboradoras de colocación
- 9.6. Itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
 - 9.6.1. Aspectos básicos y elementos que lo incluyen
 - 9.6.2. Elaboración de los itinerarios personalizados de orientación e inserción laboral
 - 9.6.3. Consideraciones especiales en colectivos con dificultades de inserción laboral
- 9.7. El régimen sancionador en materia de intermediación
 - 9.7.1. Las carencias sancionadoras del reclutamiento de mano de obra irregular. La orientación y la colocación
 - 9.7.2. El régimen sancionador en materia de capacitación

Módulo 9. Gestión de políticas en intermediación laboral

- 9.1. La intermediación laboral en la cartera común de los servicios del sistema nacional de empleo
 - 9.1.1. La intermediación laboral
 - 9.1.2. El nuevo papel de los servicios público de empleo
 - 9.1.3. Discriminación en el acceso al empleo
- 9.2. La intermediación laboral
 - 9.2.1. Conceptualización de la intermediación: principios básicos
 - 9.2.2. Intermediación laboral y orientación profesional
 - 9.2.3. La intermediación laboral dentro de las políticas activas de empleo en los servicios públicos
 - 9.2.4. Agentes colaboradores en la externalización de la intermediación: agencias de colocación y empresas de trabajo temporal
- 9.3. Prospección laboral I
 - 9.3.1. Datos estadísticos sobre el tejido empresarial
 - 9.3.2. Fuentes de información sobre el mercado laboral
 - 9.3.3. Indicadores del mercado de trabajo actual
 - 9.3.4. Yacimientos de empleo
- 9.8. Cesión ilegal de trabajadores: marco normativo
 - 9.8.1. Las sucesivas reformas del concepto y la actual identificación de la cesión ilegal
 - 9.8.2. Cesiones ilegales interempresariales
 - 9.8.3. Consecuencias de la cesión ilícita
- 9.9. La colaboración Público-Privada en la intermediación laboral
 - 9.9.1. Modelos europeos de colaboración Público-Privada
 - 9.9.2. El acuerdo marco de colaboración Público-Privada tras la reforma laboral
 - 9.9.3. La convergencia de obligaciones educativas con los servicios públicos de empleo
- 9.10. Retos de las políticas de intermediación laboral en la era digital
 - 9.10.1. La intermediación laboral en agencias de colocación telemáticas
 - 9.10.2. La movilidad laboral y la globalización en las políticas de empleo
 - 9.10.3. La prospección laboral en la era digital

Módulo 10. Productividad personal y gestión de proyectos

- 10.1. Gestión del tiempo
 - 10.1.1. Uso el tiempo
 - 10.1.2. Planificación del tiempo: los ladrones del tiempo
 - 10.1.3. Elaboración de planes operativos y control de gestión
 - 10.1.4. Nuevas tecnologías a disposición del tiempo: Outlook, Microsoft Project
- 10.2. Gestión de la energía personal
 - 10.2.1. Competencias personales y habilidades directivas
 - 10.2.2. Habilidades interpersonales
 - 10.2.3. Resolución de conflictos
- 10.3. Estrategias personales de control de estrés
 - 10.3.1. El estrés: conceptos básicos y su funcionalidad en la supervivencia
 - 10.3.2. Eustrés y distrés
 - 10.3.3. Estrategias de control de estrés: cognitivas, conductuales y emocionales
- 10.4. Planificación y control de proyectos
 - 10.4.1. Gestión del alcance
 - 10.4.2. Gestión del cronograma del proyecto
 - 10.4.3. Gestión el costo del proyecto
- 10.5. Gestión de la calidad del proyecto
 - 10.5.1. Planificación, aseguramiento y control de calidad: normativas aplicables
 - 10.5.2. Gestión de los riesgos del proyecto y herramientas técnicas para la gestión
- 10.6. Gestión de personas
 - 10.6.1. Gestión del liderazgo y la gestión de equipos en los Recursos Humanos
 - 10.6.2. Responsabilidad empresarial y ética del gestor de proyectos
- 10.7. Aspectos legales en la gestión de proyectos
 - 10.7.1. Gestión de la contratación
 - 10.7.2. Planificación de adquisiciones (el ciclo de compras)
 - 10.7.3. Administración de contratos y adquisiciones
- 10.8. Financiación de proyectos
 - 10.8.1. Análisis económico – financiero y del riesgo
 - 10.8.2. Mecanismos de financiación
 - 10.8.3. Gestión financiera de programas (presupuesto, control el programa, cierre del programa)

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

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

- 11.1. Globalización y Gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. Liderazgo
 - 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
 - 11.2.2. Liderazgo en las empresas
 - 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.3.3. Gestión de la Diversidad
- 11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
 - 11.4.2. Concepto de Liderazgo
 - 11.4.3. Teorías del Liderazgo
 - 11.4.4. Estilos de Liderazgo
 - 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
 - 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 11.5. Ética empresarial
 - 11.5.1. Ética y Moral
 - 11.5.2. Ética Empresarial
 - 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

- 11.6. Sostenibilidad
 - 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Las empresas sostenibles
- 11.7. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
 - 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección Económico-Financiera

- 12.1. Entorno Económico
 - 12.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 12.1.2. Instituciones financieras
 - 12.1.3. Mercados financieros
 - 12.1.4. Activos financieros
 - 12.1.5. Otros entes del sector financiero
- 12.2. Contabilidad Directiva
 - 12.2.1. Conceptos básicos
 - 12.2.2. El Activo de la empresa
 - 12.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 12.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 12.2.5. La Cuenta de Resultados

- 12.3. Sistemas de información y Business Intelligence
 - 12.3.1. Fundamentos y clasificación
 - 12.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 12.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 12.4. Presupuesto y Control de Gestión
 - 12.4.1. El modelo presupuestario
 - 12.4.2. El Presupuesto de Capital
 - 12.4.3. La Presupuesto de Explotación
 - 12.4.5. El Presupuesto de Tesorería
 - 12.4.6. Seguimiento del Presupuesto
- 12.5. Dirección Financiera
 - 12.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 12.5.2. El departamento financiero
 - 12.5.3. Excedentes de tesorería
 - 12.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 12.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 12.6. Planificación Financiera
 - 12.6.1. Definición de la planificación financiera
 - 12.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 12.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 12.6.4. El cuadro *Cash Flow*
 - 12.6.5. El cuadro de circulante
- 12.7. Estrategia Financiera Corporativa
 - 12.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 12.7.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 12.8. Financiación Estratégica
 - 12.8.1. La autofinanciación
 - 12.8.2. Ampliación de fondos propios
 - 12.8.3. Recursos Híbridos
 - 12.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 12.9. Análisis y planificación financiera
 - 12.9.1. Análisis del Balance de Situación
 - 12.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
 - 12.9.3. Análisis de la Rentabilidad
- 12.10. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 12.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 13. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- 13.1. Dirección comercial
 - 13.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
 - 13.1.2. Estrategia y planificación comercial
 - 13.1.3. El rol de los directores comerciales
- 13.2. Marketing
 - 13.2.1. Concepto de Marketing
 - 13.2.2. Elementos básicos del marketing
 - 13.2.3. Actividades de marketing de la empresa
- 13.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 13.3.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 13.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
 - 13.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 13.4. Marketing digital y comercio electrónico
 - 13.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
 - 13.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
 - 13.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
 - 13.4.4. Categorías del comercio electrónico
 - 13.4.5. Ventajas y desventajas del Ecommerce frente al comercio tradicional
- 13.5. Marketing digital para reforzar la marca
 - 13.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 13.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 13.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 13.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 13.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 13.6.3. Hipersegmentación
- 13.7. Gestión de campañas digitales
 - 13.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
 - 13.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
 - 13.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 13.8. Estrategia de ventas
 - 13.8.1. Estrategia de ventas
 - 13.8.2. Métodos de ventas

- 13.9. Comunicación Corporativa
 - 13.9.1. Concepto
 - 13.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 13.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 13.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 13.9.5. Elementos de la comunicación
 - 13.9.6. Problemas de la comunicación
 - 13.9.7. Escenarios de la comunicación
- 13.10. Comunicación y reputación digital
 - 13.10.1. Reputación online
 - 13.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
 - 13.10.3. Herramientas de reputación online
 - 13.10.4. Informe de reputación online
 - 13.10.5. *Branding* online

Módulo 14. *Management* Directivo

- 14.1. General *Management*
 - 14.1.1. Concepto de General *Management*
 - 14.1.2. La acción del Manager General
 - 14.1.3. El Director General y sus funciones
 - 14.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 14.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 14.3. Dirección de operaciones
 - 14.3.1. Importancia de la dirección
 - 14.3.2. La cadena de valor
 - 14.3.3. Gestión de calidad
- 14.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 14.4.1. Comunicación interpersonal
 - 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 14.4.3. Barreras en la comunicación

- 14.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 14.5.1. La comunicación interpersonal
 - 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 14.5.3. La comunicación en la organización
 - 14.5.4. Herramientas en la organización
- 14.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 14.6.1. Crisis
 - 14.6.2. Fases de la crisis
 - 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 14.7. Preparación de un plan de crisis
 - 14.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 14.7.2. Planificación
 - 14.7.3. Adecuación del personal
- 14.8. Inteligencia emocional
 - 14.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 14.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 14.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 14.9. *Branding* Personal
 - 14.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 14.9.2. Leyes del *branding* personal
 - 14.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 14.10. Liderazgo y gestión de equipos
 - 14.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 14.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
 - 14.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
 - 14.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales





“ Realiza esta titulación para aprender a tu propio ritmo y sin inconvenientes temporales gracias al sistema Relearning que TECH pone a tu disposición”

04

Objetivos docentes

El diseño de este programa universitario permitirá al alumno adquirir competencias esenciales en gestión de talento y reclutamiento estratégico. El plan de estudios, con una perspectiva global, capacitará al profesional para alcanzar los objetivos propuestos. Así, el alumnado desarrollará habilidades en un campo versátil y en constante evolución tecnológica y organizacional. En adición, los egresados estarán altamente preparados para asumir roles de mayor importancia en el ámbito de los Recursos Humanos.





“

Este programa te da la oportunidad de actualizar tus conocimientos en escenario real, con el máximo rigor científico de una institución de vanguardia tecnológica”



Objetivo general

- El objetivo general del Máster de Formación Permanente Semipresencial MBA en Selección de Personal es capacitar a los profesionales para actualizar y optimizar las estrategias de reclutamiento y selección mediante una formación práctica y rigurosa. A través de estancias en empresas líderes y la guía de expertos reconocidos, los egresados perfeccionarán sus competencias en atraer y gestionar talento, garantizando procesos eficientes y éticos

“

Tendrás a tu disposición una gran cantidad de material audiovisual de apoyo, incluyendo resúmenes interactivos, guías de estudio, actividades para cada tema y lecturas complementarias”





Objetivos específicos

Módulo 1. Psicología del trabajo y de las organizaciones

- ♦ Analizar la evolución histórica, conceptualización y aplicación de la psicología del trabajo y las organizaciones para comprender su impacto en el entorno laboral
- ♦ Identificar las estructuras organizacionales, los grupos empresariales y sus dinámicas
- ♦ Evaluar el clima organizacional y su relación con la cultura empresarial, el cambio organizacional y el manejo de contextos creativos y positivos en las organizaciones
- ♦ Comprender los fundamentos psicosociales del comportamiento humano, el liderazgo, la motivación y su influencia en la satisfacción y desempeño laboral

Módulo 2. Seguridad social

- ♦ Comprender el modelo constitucional de protección social y la evolución del sistema de seguridad social en España
- ♦ Analizar las personas y contingencias protegidas, así como los requisitos, condiciones y efectos de la afiliación, altas y bajas de trabajadores
- ♦ Evaluar la gestión, financiación y prestaciones económicas del sistema de seguridad social, incluyendo subsidios, pensiones y acciones protectoras
- ♦ Reconocer la importancia del sistema de salud, asistencia social y fondos de pensiones, considerando su impacto en la protección social y la autonomía de los ciudadanos

Módulo 3. Administración de personal

- ♦ Analizar las funciones de la administración de personal y su rol en la gestión eficiente de los recursos humanos en la empresa
- ♦ Examinar las modalidades de contratación, extinción de contratos y el cálculo del recibo de nómina, incluyendo deducciones, impuestos y cotizaciones
- ♦ Evaluar la administración de la jornada laboral, vacaciones, permisos y herramientas tecnológicas utilizadas para la gestión de nóminas
- ♦ Promover la igualdad de oportunidades, equidad de género y compensaciones integrales en la administración de personal

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

- ♦ Analizar el papel estratégico de la capacitación en las organizaciones, destacando su impacto en el desarrollo de competencias y en la mejora del desempeño empresarial
- ♦ Diseñar programas de capacitación efectivos, ajustados a las necesidades detectadas mediante el diagnóstico
- ♦ Evaluar e implementar métodos de capacitación, incluyendo modalidades digitales y programas de alta especialidad
- ♦ Identificar y gestionar los costos, auditorías y riesgos asociados a la formación en la empresa

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

- ♦ Analizar y aplicar políticas gubernamentales y empresariales orientadas a la promoción de la igualdad, inclusión y diversidad en el entorno laboral
- ♦ Identificar prácticas excluyentes y proponer estrategias para fomentar la participación equitativa de grupos vulnerables
- ♦ Promover la inclusión laboral mediante programas y políticas específicas, destacando su impacto en el desarrollo organizacional y social
- ♦ Fomentar una gestión internacional del personal que respete la diversidad cultural, potenciando una cultura empresarial inclusiva y global

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

- ♦ Describir y aplicar las etapas del proceso de selección de personal, desde el reclutamiento hasta la incorporación y promoción de talento
- ♦ Utilizar herramientas y técnicas cuantitativas y cualitativas para evaluar competencias, habilidades y ajuste organizacional de los candidatos
- ♦ Implementar estrategias de igualdad de oportunidades en los procesos de selección y promoción, fomentando prácticas inclusivas y éticas
- ♦ Desarrollar programas de Onboarding efectivos y gestionar el Employer Branding como elemento clave para atraer y retener talento competitivo

Módulo 7. Selección de personas II: era digital

- ♦ Analizar el impacto del entorno digital en los procesos de selección, incluyendo e-recruitment, gamificación y redes sociales
- ♦ Diseñar estrategias de selección por competencias profesionales mediante metodologías avanzadas como STAR y Assessment Center
- ♦ Integrar técnicas de Big Data, algoritmos y networking en la captación del talento digital
- ♦ Promover el desarrollo de competencias digitales y una cultura laboral que respete los derechos digitales de los trabajadores

Módulo 8. Gestión de desempeño y política retributiva

- ♦ Evaluar modelos de gestión del desempeño y su evolución en entornos laborales digitales
- ♦ Diseñar sistemas de planificación, seguimiento y evaluación del desempeño por competencias
- ♦ Implementar estrategias para gestionar el bajo rendimiento mediante incentivos y coaching
- ♦ Adquirir conocimientos sobre políticas retributivas competitivas y alineadas con la regulación jurídico-laboral

Módulo 9. Gestión de políticas en intermediación laboral

- ♦ Comprender la intermediación laboral en el marco del sistema nacional de empleo y su relación con políticas activas
- ♦ Realizar diagnósticos del mercado laboral mediante el análisis de datos, prospección y evaluación de la demanda de empleo
- ♦ Diseñar itinerarios personalizados de inserción laboral para colectivos con dificultades de integración
- ♦ Evaluar el papel de la colaboración público-privada y la intermediación digital en la movilidad laboral global

Módulo 10. Productividad personal y gestión de proyectos

- ♦ Aplicar técnicas efectivas de gestión del tiempo y energía personal para mejorar la productividad en el ámbito profesional
- ♦ Planificar, ejecutar y controlar proyectos mediante herramientas avanzadas de gestión de alcance, cronograma, costo y calidad
- ♦ Desarrollar estrategias para la gestión del estrés, la resolución de conflictos y la comunicación efectiva de proyectos
- ♦ Implementar prácticas financieras, legales y normativas para una correcta administración de proyectos y su financiación

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

- ♦ Analizar el rol del liderazgo en la dirección empresarial, su impacto ético y su relación con la sostenibilidad empresarial
- ♦ Aplicar teorías y estilos de liderazgo para gestionar equipos diversos y enfrentar desafíos organizacionales
- ♦ Implementar estrategias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su integración en la cultura empresarial
- ♦ Evaluar la dimensión internacional de la gobernanza corporativa y su relación con los derechos humanos

Módulo 12. Dirección Económico-Financiera

- ♦ Comprender el entorno económico y su influencia en la gestión financiera empresarial
- ♦ Analizar e interpretar la información contable y financiera para la toma de decisiones
- ♦ Diseñar presupuestos y estrategias de control financiero para mejorar la rentabilidad empresarial
- ♦ Aplicar herramientas de planificación financiera y estrategias de financiación corporativa para el crecimiento empresarial

Módulo 13. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- ♦ Desarrollar estrategias comerciales y de marketing alineadas con los objetivos empresariales para mejorar la competitividad en el mercado
- ♦ Implementar técnicas de marketing digital y comercio electrónico para potenciar la captación y fidelización de clientes
- ♦ Diseñar campañas digitales efectivas, evitando errores comunes y evaluando su impacto en el público objetivo
- ♦ Fomentar la gestión adecuada de la reputación digital y la comunicación corporativa para fortalecer la imagen de marca

Módulo 14. Management Directivo

- ♦ Comprender y aplicar los conceptos fundamentales del General Management para la dirección efectiva de organizaciones
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo, gestión de equipos y procesos de cambio en entornos multiculturales
- ♦ Elaborar planes de comunicación estratégica y gestionar situaciones de crisis en las organizaciones
- ♦ Potenciar el desarrollo de la inteligencia emocional y el branding personal como herramientas clave para la gestión directiva

05 Prácticas

Tras superar el periodo teórico online, el programa contempla un periodo de capacitación práctica en un centro clínico de referencia. Al mismo tiempo, el alumnado tendrá a su disposición el apoyo de un tutor que le acompañará durante todo el proceso, tanto en la preparación como en el transcurso de las prácticas.





“

Llevarás a cabo una estancia práctica en una institución de referencia en la Selección de Personal”

El periodo de Capacitación Práctica de este programa en Selección de Personal está conformado por una estancia práctica en una reconocida institución, de 3 semanas de duración, de lunes a viernes con jornadas de 8 horas consecutivas de cualificación práctica al lado de un especialista adjunto.

En esta propuesta de capacitación, de carácter completamente práctica, las actividades están dirigidas al desarrollo y perfeccionamiento de las competencias necesarias para la prestación de procesos de Selección de Personal que requieren un alto nivel de cualificación, y que están orientadas a la capacitación específica para el ejercicio de la actividad.

Es sin duda una oportunidad para aprender trabajando en un entorno empresarial innovador donde la selección de personal se basa en tecnologías avanzadas y la monitorización de datos en tiempo real es el núcleo de la cultura digital de sus profesionales.

La parte práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que faciliten el trabajo en equipo y la integración multidisciplinaria como competencias transversales para la praxis de Selección de Personal (aprender a ser y aprender a relacionarse).

“

Manejarás los instrumentos tecnológicos más sofisticados para optimizar los procesos de reclutamiento”



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

Módulo	Actividad Práctica
Supervisión de la equidad e inclusión en Recursos Humanos	Realizar auditorías para identificar el estado de la igualdad y diversidad dentro de la organización
	Crear documentos que establezcan compromisos y directrices claras
	Implementar prácticas que eviten sesgos y promuevan la diversidad de candidatos
	Crear espacios donde todos los empleados se sientan valorados y respetados
Gestión del rendimiento y eficiencia laboral	Confeccionar instrumentos que permitan medir el desempeño de manera objetiva y consistente
	Utilizar software de gestión del desempeño para facilitar el seguimiento y análisis de los datos
	Proporcionar retroalimentación constructiva de manera continua, no solo durante las evaluaciones formales
	Registrar los resultados de las evaluaciones para futuras referencias y decisiones
Coordinación de normativas en servicios de empleo	Crear documentos que establezcan las normas y procedimientos para la colaboración con intermediarios laborales (agencias de empleo, reclutadores externos, etc.)
	Determinar los requisitos que deben cumplir los intermediarios para colaborar con la organización
	Analizar regularmente la efectividad de las políticas existentes y realizar ajustes según sea necesario
	Establecer mecanismos para garantizar que tanto la organización como los intermediarios cumplan con las normativas aplicables
Herramientas tecnológicas para la Selección de Personal	Utilizar plataformas como LinkedIn, Facebook, Twitter e Instagram para difundir ofertas de empleo
	Utilizar software que clasifique y seleccione currículos según criterios predefinidos
	Implementar <i>chatbots</i> que realicen preguntas preliminares y proporcionen información a los candidatos
	Utilizar plataformas como Zoom, Microsoft Teams o Google Meet para llevar a cabo entrevistas a distancia

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de la universidad 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, la universidad 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. Para ello, la universidad 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 de Formación Permanente 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 de Formación Permanente 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 de Formación Permanente Semipresencial recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: el Máster de Formación Permanente 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 de Formación Permanente 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 de Formación Permanente 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.

06

Centros de prácticas

En su máxima de ofrecer una educación de calidad al alcance de la mayoría de las personas, TECH se ha dispuesto ampliar los horizontes académicos para que esta capacitación pueda ser impartida en diversos centros alrededor de la geografía nacional. Una oportunidad única que permite al profesional seguir haciendo crecer su carrera al lado de los mejores especialistas del sector en diversas entidades de referencia.



“

*Efectuarás tu Capacitación Práctica
en una prestigiosa entidad focalizada
en la Selección de Personal”*



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



Escuela de Negocios

Grupo Noa's Madrid

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: Av. del Mediterráneo 9,
Oficina 1C, 28007

Selección de profesionales idóneos para empresas

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Recursos Humanos (CHRO, Chief Human Resources Officer)
- MBA en Selección de Personal



Escuela de Negocios

Grupo Noa's Torrejón de Ardoz

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: Avda. de la Constitución 82 Edif.
García Of. 5, 28850

Selección de profesionales idóneos para empresas

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Recursos Humanos (CHRO, Chief Human Resources Officer)
- MBA en Selección de Personal



Escuela de Negocios

Grupo Noa's Valencia

País	Ciudad
España	Valencia

Dirección: C/ de la Safor Nº 10,
1ª Planta – Local D 5-2, 46015

Selección de profesionales idóneos para empresas

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Recursos Humanos (CHRO, Chief Human Resources Officer)
- MBA en Selección de Personal



Escuela de Negocios

Grupo Noa's Castellón

País	Ciudad
España	Castellón

Dirección: C/ Herrero, 3A, 12002

Selección de profesionales idóneos para empresas

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Recursos Humanos (CHRO, Chief Human Resources Officer)
- MBA en Selección de Personal



Escuela de Negocios

Grupo Noa's Les Alqueries

País	Ciudad
España	Castellón

Dirección: Pol. Ind. Ull Fondo. C/ Cabeçol,
22, 12539

Selección de profesionales idóneos para empresas

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Recursos Humanos (CHRO, Chief Human Resources Officer)
- MBA en Selección de Personal



Escuela de Negocios

Grupo Noa's Lleida

País	Ciudad
España	Lérida

Dirección: C/ Corregidor Escofet, 34 Bajo, 25005

Selección de profesionales idóneos para empresas

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Recursos Humanos (CHRO, Chief Human Resources Officer)
- MBA en Selección de Personal



Escuela de Negocios

Workbb

País
España

Ciudad
Tarragona

Dirección: Rambla President Lluís Companys, 14,
desp. B-7, 43005 Tarragona

Empresa de reclutamiento de talento humano

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Recursos Humanos
(CHRO, Chief Human Resources Officer)
- MBA en Selección de Personal

07

Salidas profesionales

El Máster de Formación Permanente Semipresencial MBA en Selección de Personal de TECH es una oportunidad inigualable para profesionales de Recursos Humanos que desean actualizar sus competencias y dominar las últimas estrategias y tecnologías en reclutamiento. A través de una especialización innovadora y práctica, los egresados podrán optimizar los procesos de selección, implementar prácticas inclusivas y estratégicas, ampliando así sus perspectivas laborales en un mercado altamente competitivo.



“

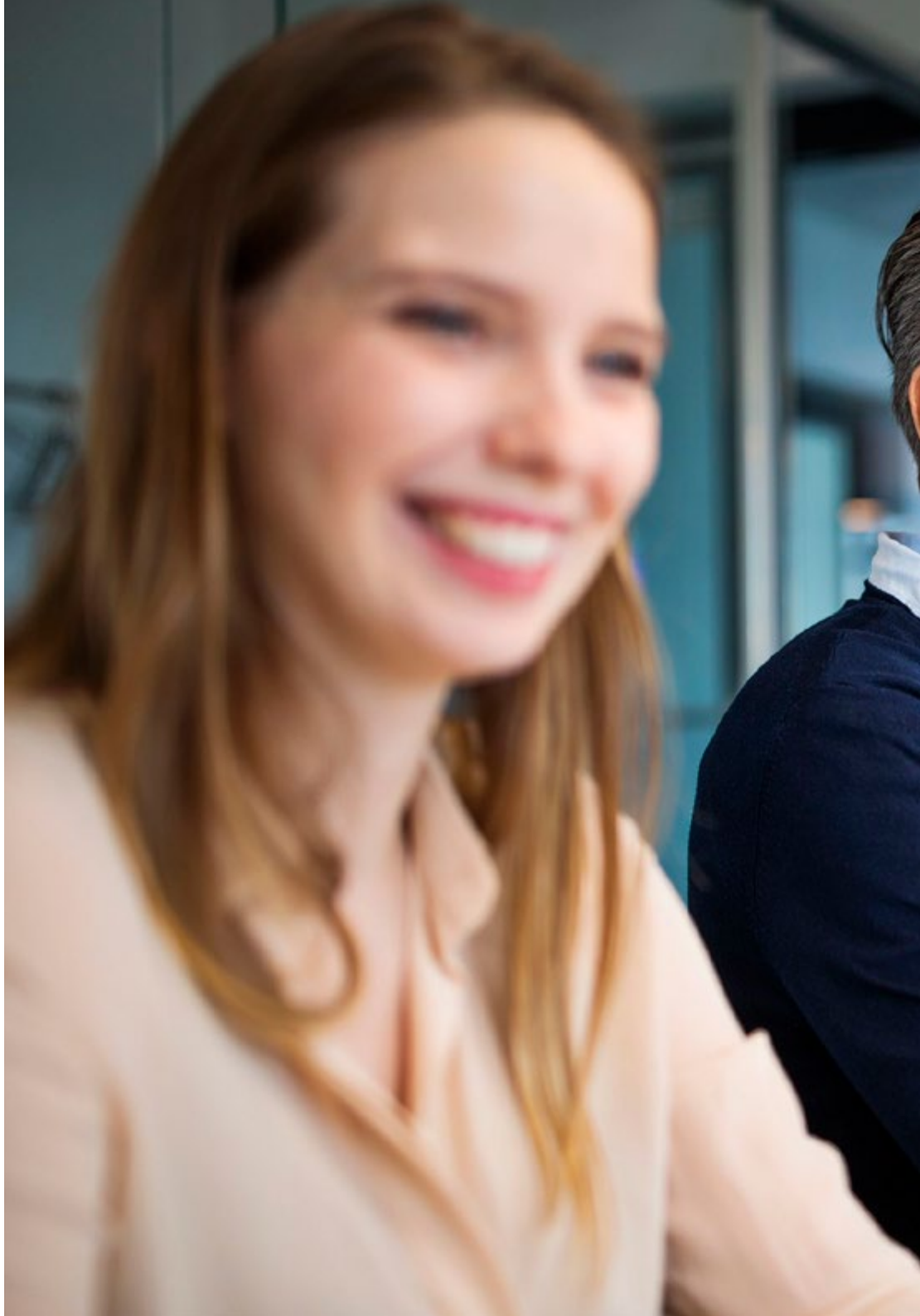
Te desempeñarás como especialista en Employer Branding, diseñando técnicas para atraer talento de primera calidad”

Perfil del egresado

El egresado del presente programa universitario será un experto en diseñar e implementar estrategias avanzadas de reclutamiento y selección. A su vez, también el alumnado dominará el uso de tecnologías innovadoras y análisis de datos para optimizar procesos, promover la diversidad e inclusión. De esta forma, liderará equipos de Recursos Humanos, garantizando prácticas éticas y efectivas en la adquisición de talento.

Gestionarás políticas de diversidad e inclusión en los procesos de reclutamiento, asegurando un entorno laboral equitativo y libre de sesgos.

- ♦ **Liderazgo Estratégico:** Habilidad para diseñar e implementar estrategias de selección de personal que alineen con los objetivos organizacionales, fomentando un entorno de trabajo eficiente y motivador
- ♦ **Toma de Decisiones Basada en Datos:** Capacidad para analizar y utilizar datos cuantitativos y cualitativos en el proceso de selección, mejorando la precisión y efectividad de las decisiones de contratación
- ♦ **Comunicación Efectiva:** Aptitud para comunicarse de manera clara y persuasiva con diferentes *stakeholders*, incluyendo candidatos, equipos internos y directivos, facilitando una interacción fluida durante todo el proceso de selección
- ♦ **Ética Profesional y Cumplimiento Legal:** Responsabilidad en la aplicación de principios éticos y cumplimiento de las normativas legales en todas las fases del proceso de selección, asegurando prácticas justas y transparentes





Después de realizar el programa título propio, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. Especialista en *Employer Branding*: Se dedica a construir y gestionar la marca empleadora de una empresa, con el objetivo de posicionarla como un empleador atractivo para atraer talento de alta calidad.

Responsabilidad: Desarrollar campañas de marketing de talento, gestionar la presencia online de la empresa en plataformas de empleo y redes sociales.

2. Analista de Datos de Recursos Humanos: Utiliza herramientas de análisis de datos para evaluar y mejorar los procesos de selección de personal, identificando tendencias y optimizando la toma de decisiones basada en métricas clave.

Responsabilidad: Recopilar y analizar datos relacionados con el reclutamiento, evaluar la efectividad de las estrategias de selección y proporcionar informes detallados para la mejora continua de los procesos de Recursos Humanos.

3. Coordinador de Diversidad e Inclusión en Selección de Personal: Encargado de implementar y gestionar políticas de diversidad e inclusión en los procesos de selección, asegurando un entorno laboral equitativo y libre de sesgos.

Responsabilidad: Desarrollar iniciativas para promover la diversidad, capacitar al equipo de selección en prácticas inclusivas y monitorear el cumplimiento de las políticas de igualdad en la contratación.

4. Director de Selección y Desarrollo de Talento: Lidera los departamentos de selección y desarrollo de talento, integrando estrategias de reclutamiento con programas de desarrollo profesional para potenciar el crecimiento interno.

Responsabilidad: Supervisar los procesos de selección, diseñar programas de capacitación y desarrollo, y asegurar que las iniciativas de talento estén alineadas con la visión estratégica de la empresa.

5. Consultor en Transformación Digital de Recursos Humanos: Especializado en la implementación de tecnologías digitales en los procesos de Recursos Humanos, optimizando la selección de personal mediante herramientas avanzadas como inteligencia artificial y sistemas de seguimiento de candidatos

Responsabilidad: Evaluar e implementar soluciones tecnológicas para Recursos Humanos, capacitar al personal en el uso de nuevas herramientas y asegurar la integración efectiva de tecnologías digitales en los procesos de selección

6. Gestor de Relaciones con Agencias de Reclutamiento: Actúa como enlace entre la empresa y las agencias de reclutamiento externas, gestionando colaboraciones para optimizar los procesos de Selección de Personal

Responsabilidad: Negociar contratos con agencias de reclutamiento, supervisar el desempeño de los intermediarios, y asegurar que los candidatos proporcionados cumplan con los estándares de la empresa

7. Gerente de Selección y Retención de Talento: Se encarga de no solo reclutar, sino también de diseñar estrategias para la retención de empleados, asegurando que el talento seleccionado permanezca y se desarrolle dentro de la organización

Responsabilidad: Implementar programas de retención, realizar análisis de satisfacción laboral y desarrollar iniciativas para fomentar el compromiso y la lealtad de los empleados

8. Gerente de Selección y Desarrollo Organizacional: Combina la selección de personal con el desarrollo organizacional, asegurando que las contrataciones contribuyan al crecimiento y transformación continua de la empresa

Responsabilidad: Diseñar procesos de selección que alineen con los objetivos de desarrollo organizacional, gestionar el ciclo de vida del empleado desde la contratación hasta el desarrollo profesional y facilitar la adaptación de nuevos empleados





“

Supervisarás todos los procesos de Selección de Personal dentro de una organización, garantizando que los candidatos cumplan con los requisitos técnicos y culturales de la empresa”

08

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”

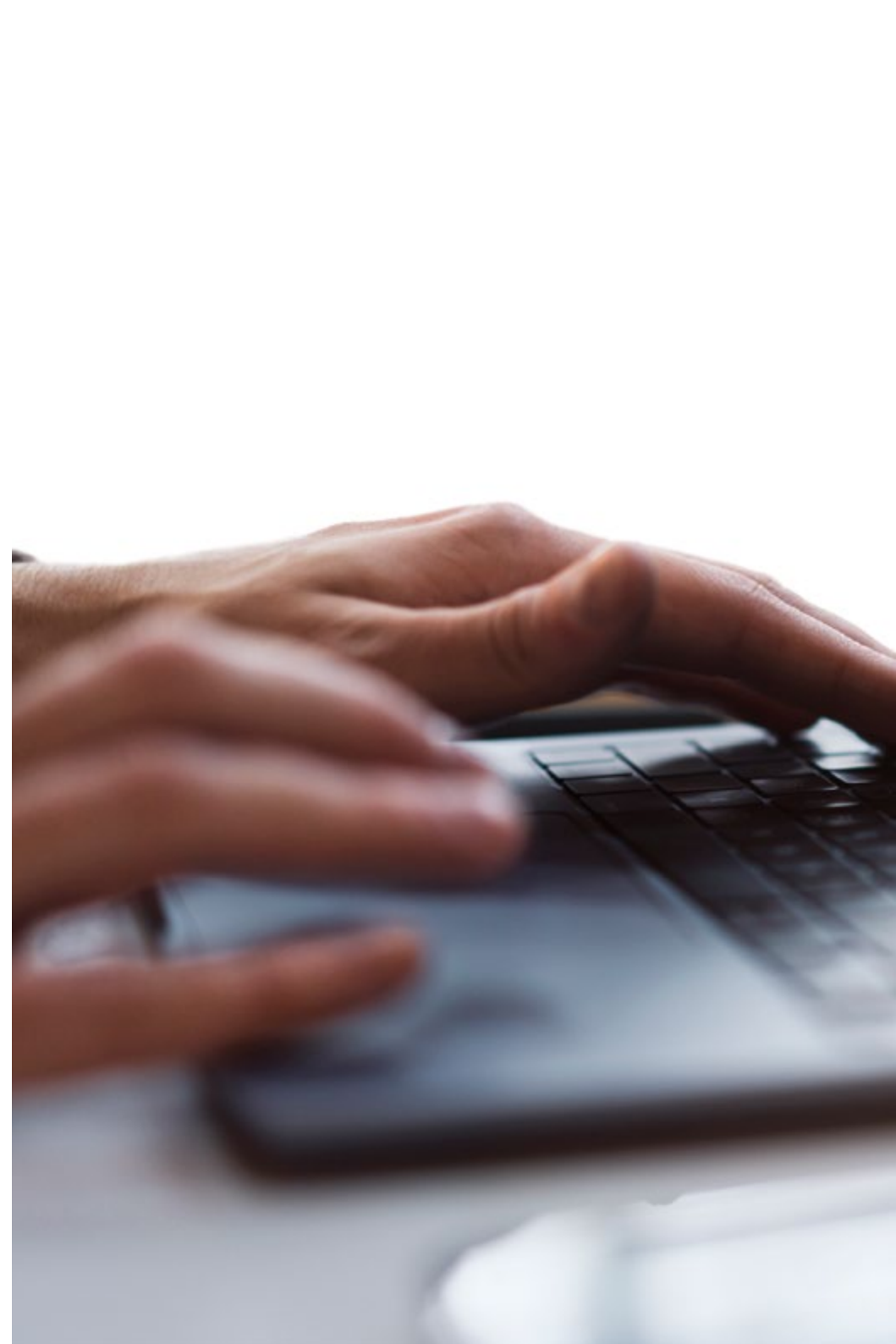
El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

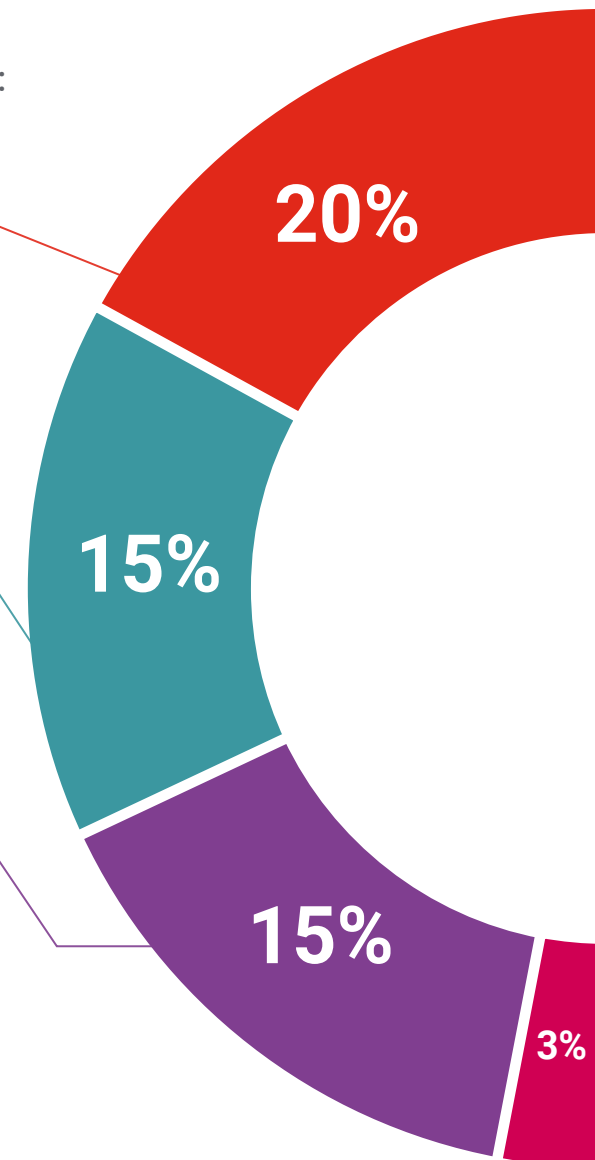
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

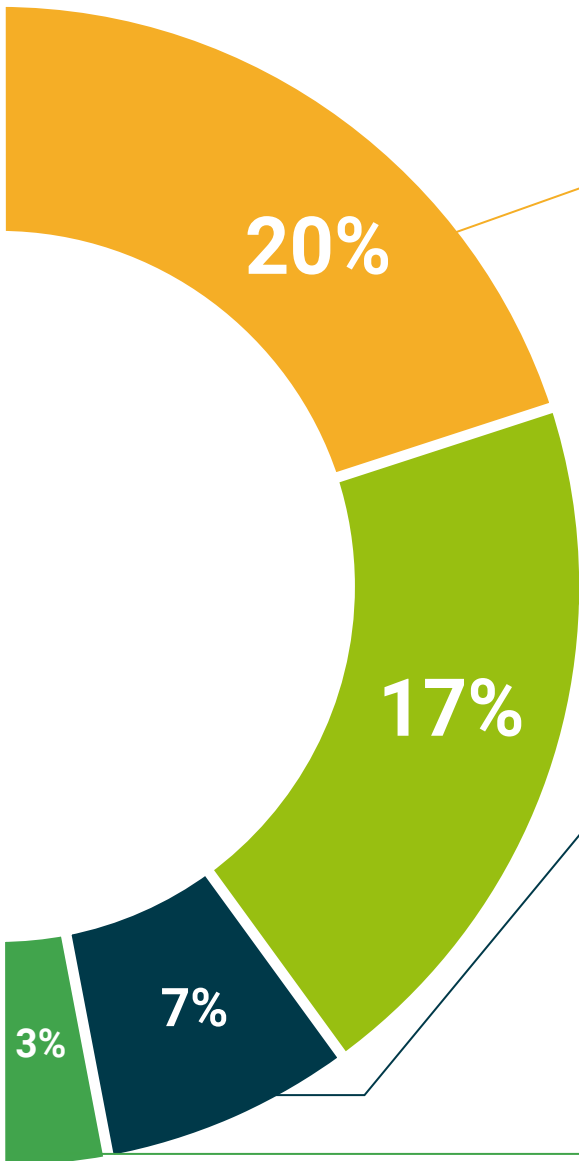
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



09

Cuadro docente

La premisa fundamental de TECH consiste en ofrecer las titulaciones universitarias más completas y actualizadas del panorama académico, por lo que selecciona con rigurosidad sus claustros docentes. Para este Máster de Formación Permanente Semipresencial, se ha hecho con los servicios de los expertos más destacados en el campo de la Selección de Personal. Gracias a esto, han elaborado una miríada de contenidos didácticos que sobresalen por su calidad y plena aplicabilidad a las exigencias del mercado laboral. De este modo, los alumnos cuentan con las garantías que demandan para acceder a una experiencia inmersiva que incrementará sus perspectivas laborales significativamente.



“

El equipo docente de este Máster de Formación Permanente Semipresencial está conformado por auténticos expertos en Selección de Personal”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

10 Titulación

Este programa MBA en Selección de Personal garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster de Formación Permanente Semipresencial expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este programa te permitirá obtener el título de **Máster de Formación Permanente Semipresencial MBA en Selección de Personal** emitido por TECH Universidad Tecnológica.

TECH Universidad Tecnológica, es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: **Máster de Formación Permanente Semipresencial MBA en Selección de Personal**

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

Duración: **7 meses**

Créditos: **60 + 5 ECTS**



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



**Máster de Formación
Permanente Semipresencial**
MBA en Selección de Personal

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 7 meses

Titulación: TECH Universidad Tecnológica

Créditos: 60 + 5 ECTS

Máster de Formación Permanente Semipresencial MBA en Selección de Personal

