

Máster Semipresencial

MBA en Transformación Digital
(CDO, Chief Digital Officer)



Máster Semipresencial

MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/master-semipresencial/master-semipresencial-mba-transformacion-digital-cdo-chief-digital-officer

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

¿Por qué cursar este
Máster Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competencias

pág. 16

05

Dirección del curso

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 26

07

Prácticas

pág. 38

08

¿Dónde puedo hacer
las Prácticas?

pág. 44

09

Metodología

pág. 48

10

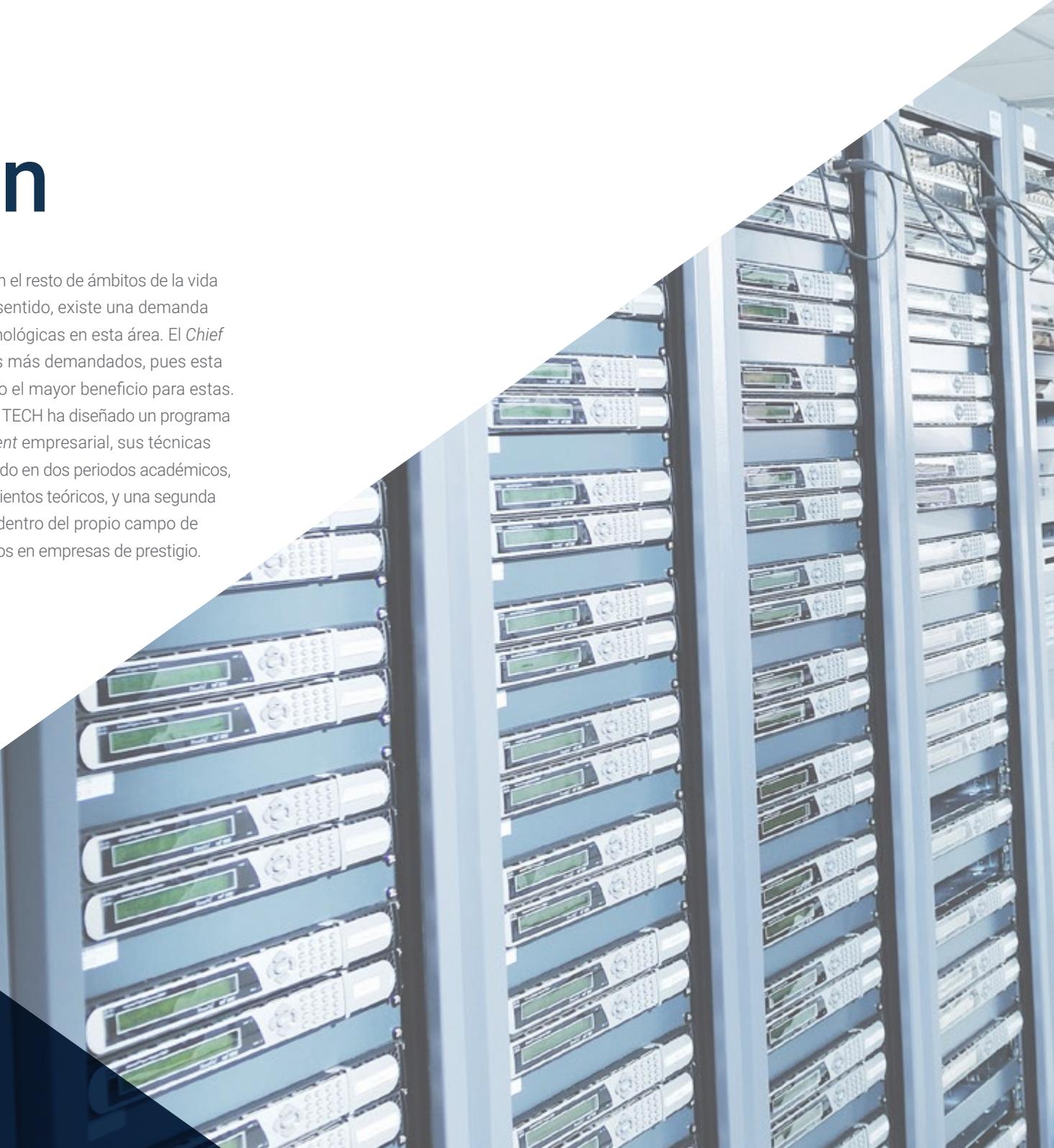
Titulación

pág. 56

01

Presentación

La Transformación Digital, tanto en el entorno empresarial, como en el resto de ámbitos de la vida cotidiana, se trata de un proceso en constante cambio. En este sentido, existe una demanda continua de personal que cuente con amplias competencias tecnológicas en esta área. El *Chief Digital Officer* (CDO) es, en la actualidad, uno de los especialistas más demandados, pues esta figura debe liderar la evolución digital de las empresas, buscando el mayor beneficio para estas. Para dotar de conocimientos teórico y prácticos a este profesional, TECH ha diseñado un programa completo y riguroso que examina en los procesos de *Management* empresarial, sus técnicas analíticas, la comunicación digital, entre otros. Todo ello, compactado en dos periodos académicos, el primero 100% online, donde el especialista adquirirá los conocimientos teóricos, y una segunda parte práctica, en la que podrá desarrollar todas sus habilidades dentro del propio campo de actuación durante 3 semanas y con el respaldo de expertos adjuntos en empresas de prestigio.





“

Profundiza en las tendencias y las oportunidades de transformación digital como una necesidad que influye en los clientes de tu organización”

El CDO es la figura profesional que va a proyectar exponencialmente el desarrollo digital de la organización para la que trabaje. Será, además, el responsable de que la empresa se adapte a los nuevos entornos digitales, tanto para realizar su comunicación, como su publicidad. En este sentido, el directivo experto debe dominar conocimientos en e-commerce, analítica digital, Marketing o el flamante universo del Social Media, sin olvidar la gestión empresarial.

Para lograrlo, TECH ofrece un Máster Semipresencial MBA en Transformación Digital (CDO, *Chief Digital Officer*) destinado a profesionales empresariales que busquen liderar el proceso de digitalización de la empresa. El temario de este programa se desarrolla desde la implantación de la automatización de los procesos y la integración con clientes y proveedores, hasta el conocimiento de tendencias conductuales en los usuarios, así como la nueva comunicación que van a tener que afrontar todas las empresas. Además, con él, el directivo podrá dominar los sistemas para establecer la Estrategia Digital, mediante una visión 360°, aplicada a la experiencia del cliente y a la experiencia interna en la empresa.

Además, la metodología de enseñanza 100% online de TECH, permite una flexibilidad total al alumnado, para que pueda compaginar el programa con todo tipo de responsabilidades profesionales y personales. En esta titulación teórico y práctica se plantea un estudio sin horarios prefijados, mediante un contenido online, que puede ser disfrutado en cualquier momento. Durante este período el alumnado tendrá acceso también a 10 completísimas *Masterclasses* impartidas por un referente internacional del mundo empresarial.

Asimismo, todo el contenido proporcionado en primera instancia será también desarrollado en la práctica con la estancia clínica de 3 semanas de la que podrá disfrutar el CDO. La capacitación práctica, al igual que el periodo teórico, estará guiada en todo momento por un tutor específico con altas competencias en transformación digital y adjunto a la empresa donde el especialista comercial desarrolle su periodo de prácticas. Esto proporciona al alumnado, la oportunidad de aplicar los conocimientos y técnicas actualizadas en un entorno real. Un espacio en el que poder contextualizar toda la información teórica adquirida y contar con el apoyo de profesionales que cuentan con años de experiencia en el sector.

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

Sus características más destacadas son:

- ♦ Desarrollo de más de 100 casos clínicos presentados por profesionales de amplia trayectoria en *Management Consulting*, comprometidos en generar una verdadera alianza con sus clientes
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y asistencial sobre aquellas disciplinas médicas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Modelación y realización de diseño de los procesos de negocio usando la metodología BPM, elaborando mapas y documentación de procesos
- ♦ Desarrollo de una visión estratégica que, permita liderar los procesos de cambio de la gestión de la innovación y de la transformación digital
- ♦ Dominio de la estrategia digital, entendiéndola con una visión 360°, aplicada a la experiencia del cliente y a la experiencia interna en la empresa
- ♦ Adopción de una visión estratégica y la capacidad para definir un plan de marketing, mediante el análisis exhaustivo de las herramientas a utilizar en: redes sociales, *influencers*, marketing, email marketing, posicionamiento SEO, *Mobile Marketing* y ASO, campañas de *Paid-Media*, Marketing de afiliación, publicidad programática, programas de fidelización y acciones *Cobranding*
- ♦ 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 clínicas en uno de los mejores centros hospitalarios

“

Con las intensivas Masterclasses de este programa de TECH, impartidas por un verdadero referente internacional del ámbito de los negocios, conseguirás de inmediato la excelencia empresarial”

En esta propuesta de Máster Semipresencial, de carácter profesionalizante y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales CDO que aspiren a incluir todos los conocimientos actualizados a su organización. Los contenidos están basados en la última evidencia científica, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico en la práctica profesional, y los elementos teórico-prácticos facilitarán la actualización de las herramientas que le permitirán al especialista plantear el Marketing empresarial hacia las nuevas tendencias de RRSS e inmediatez.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional del sector digital 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 se centra 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.

Incorpora en tu práctica diaria los modelos estratégicos de dirección y gestiona los procesos de tu empresa de manera exitosa.

Aplica los conocimientos en Design Thinking para que seas partícipe de la innovación de los procesos de tu Startup.

02

¿Por qué cursar este Máster Semipresencial?

A diferencia de otros programas pedagógicos en el mercado, TECH te ofrece la posibilidad de combinar el estudio de los contenidos de este Máster Semipresencial en dos etapas fundamentales. La primera de ellas, se centra en el estudio 100% online y teórico de las responsabilidades, tareas y competencias de un *Chief Digital Officer*. Seguidamente, el estudiante participará de una estancia intensiva en una empresa de primer nivel donde aplicará todo lo aprendido de un modo práctico y, al mismo tiempo, perfeccionará sus habilidades. De ese modo, se convertirá en un experto cuyas destrezas serán del interés de las Startups más interesadas en su crecimiento y transformación digital.





“

Este modelo de estudios compatibiliza el aprendizaje 100% online en la plataforma de TECH con un excelente ejercicio práctico, inmersivo e intensivo, de 3 semanas, que beneficiará en gran medida a tu carrera profesional”

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

Este programa de estudios facilitará el acceso de los alumnos a las tecnologías más innovadoras para la aplicación de *Business Process Management*. En particular, analizarán las herramientas que facilitan la comunicación interna y la integración de recursos digitales en el ejercicio empresarial de manera práctica y teórica.

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

Todos los profesionales involucrados en esta titulación cuentan con una dilatada experiencia en materia de transformación digital. Esos expertos serán los encargados de supervisar el progreso académico del estudiante a través de los contenidos teóricos recibidos en la plataforma de aprendizaje 100% online de TECH y en la estancia práctica organizada para potenciar en ellos la actualización de nuevas habilidades prácticas.

3. Adentrarse en entornos *startups* de primera

Las empresas elegidas por TECH para la capacitación práctica de este Máster Semipresencial gozan de una amplia trayectoria y prestigio en el ámbito de la Transformación Digital. Esas compañías ofrecerán al estudiante, desde el primer momento, las mejores tecnologías y la experiencia práctica de los expertos más destacados.



4. Combinar la mejor teoría con la práctica más avanzada

Para que el alumno se convierta en un competitivo *Chief Digital Officer*, esta titulación dispone de un temario teórico actualizado. A su vez, el alumno podrá aplicar todo lo aprendido en ese segmento educativo a través de una estancia práctica que, por su carácter intensivo e inmersivo, les valdrán las habilidades más avanzadas de ese mercado laboral con rapidez y flexibilidad.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

TECH no quiere que sus estudiantes limiten sus opciones de aprendizaje al panorama local. Por eso, ha elegido empresas de diferentes latitudes que se encargarán de ofrecer una estancia práctica de primer nivel a todos sus estudiantes. Esto solo es posible gracias a la amplia red de contactos y convenios con que dispone esta institución académica, la mayor del ámbito digital en estos momentos.

“

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

03

Objetivos

Este Máster Semipresencial MBA en Transformación Digital (CDO, *Chief Digital Officer*) se ha creado con el principal objetivo de proporcionar al profesional CDO las últimas técnicas para abarcar la multitud de campos tecnológicos emergentes. Además, el temario ha sido desarrollado por un equipo especializado en *Management*, *Coaching* directivo y consultoría estratégica, que cuenta con amplia experiencia en distintas *Startups* de referencia. Un equipo experto que tiene como objetivo transmitir los conocimientos a los egresados en marketing, e-commerce y el negocio digital. Gracias a su colaboración, el alumnado se instruirá en torno a casos reales y simulaciones, que le serán de gran utilidad durante la estancia práctica e influirán directamente en su labor diaria.



“

Aumenta tus competencias para que formes parte de los directivos de vanguardia que dominan el Business Process Management a la perfección”



Objetivo general

- Este programa cuenta con una actualización rigurosa en *e-Marketing* para afianzar la actuación de los especialistas digitales sobre áreas de la gestión tecnológica, el control de procesos y las conductas de liderazgo en el ámbito del *Chief Digital Officer*. Asimismo, la estancia práctica, que se plantea en el segundo periodo de esta titulación, supone un punto de inflexión en la carrera del profesional tecnológico. En esta capacitación práctica podrá indagar directamente en su campo de actuación y aplicar los conocimientos, utilizando las herramientas digitales más novedosas que ya se encuentran incorporadas en *Startups* de prestigio. La profesionalidad del equipo junto al que se instruirá el alumnado, estará implicada en todo el proceso práctico y no solo le servirá para abordar distintos casos reales desarrollando nuevas competencias y habilidades directivas, sino que, además, le facilitarán la toma de decisiones con carácter global y una perspectiva internacional



Objetivos específicos

Módulo 1. El entorno digital en los procesos

- Dominar las diferentes soluciones tecnológicas BPM y seleccionar la que más se adecue a cada organización
- Identificar procesos de innovación que permitan la creación de nuevos productos y servicios tecnológicos

Módulo 2. La transformación digital en la empresa

- Modelar y realizar el diseño de los procesos de negocio usando la metodología BPM, elaborando mapas y documentación de procesos
- Desarrollar un marco conceptual para el análisis de la madurez digital y de los desafíos a nivel de estrategia, procesos, tecnología, cultura y personas que enfrenta la organización en el nuevo paradigma digital

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

- Implantar la automatización de los procesos y la integración con clientes, proveedores, trabajadores, organizaciones, documentos, sistemas y tecnología
- Desarrollar una visión estratégica que te permita liderar los procesos de cambio de la gestión de la innovación y de la Transformación Digital

Módulo 4. La Transformación Digital como estrategia 360°

- Dominar las distintas tendencias tecnológicas que están aconteciendo para que puedas tener una visión estratégica y global a la hora de aplicarlas en tus proyectos
- Establecer la Estrategia Digital, entendiendo esta con una visión 360°, aplicada a la experiencia del cliente como a la experiencia interna en la empresa

Módulo 5. Canales de marketing en la era digital

- ♦ Definir un plan de Marketing, mediante el análisis exhaustivo de las herramientas a utilizar en: redes sociales, *Influencer Marketing*, email Marketing, posicionamiento SEO, *Mobile Marketing* y ASO, entre otros
- ♦ Aplicar campañas de *Paid-Media*, Marketing de afiliación, publicidad programática, programas de fidelización y acciones *Cobranding*

Módulo 6. Nuevas conductas en la Transformación Digital de las empresas

- ♦ Conocer y reflexionar sobre las distintas tendencias conductuales en los usuarios, así como la nueva comunicación que van a tener que afrontar todas las empresas
- ♦ Examinar evolución por sectores en el entorno digital como la Salud, el Turismo o la Movilidad

Módulo 7. Business Process Management (BPM)

- ♦ Implementar el *Business Process Management* de manera oportuna y exitosa
- ♦ Identificar los modelos de referencias de procesos como APQC y SCOR

Módulo 8. Modelado y análisis de procesos

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

Módulo 9. Control y optimización de procesos

- ♦ Diseñar el proceso deseado y evaluar el desempeño del mismo, formulando indicadores de gestión según el nivel de la organización
- ♦ Aplicar diferentes métodos para medir y controlar el desempeño

Módulo 10. Aspectos jurídicos de la Transformación Digital

- ♦ Desarrollar estructuras sólidas sobre las principales temáticas jurídicas relacionadas con los procesos de Transformación Digital
- ♦ Adquirir una visión crítica sobre el impacto de la tecnología en el derecho y los principales retos que se han generado en el ámbito digital



Matricúlate ahora para experimentar una experiencia teórico-práctica que te dará las claves para dominar las diferentes soluciones tecnológicas BPM, entre otras cuestiones”

04 Competencias

La evolución tecnológica forma parte de la vida diaria de los consumidores. La gran atención al e-commerce y las herramientas digitales, exigen una instrucción intensiva y exhaustiva de los profesionales de este sector. Los directivos y los profesionales que desarrollen el papel de CDO deben estar al tanto de las incorporaciones diarias que se producen en su campo. Estos especialistas deben dominar el manejo de un entorno en cambio constante, así como analizar los procedimientos empresariales o la optimización y el control de dichos procesos. En este sentido, el profesional digital encontrará en este programa una oportunidad única de desarrollarse, precisamente, a través de una herramienta digital y también con un periodo práctico que incrementará la mejora de sus competencias como CDO.



“

Descubre ahora el impacto que puede provocar tu negocio digital en el público objetivo al que te diriges con técnicas de digitalización óptimas y avances publicitarios”

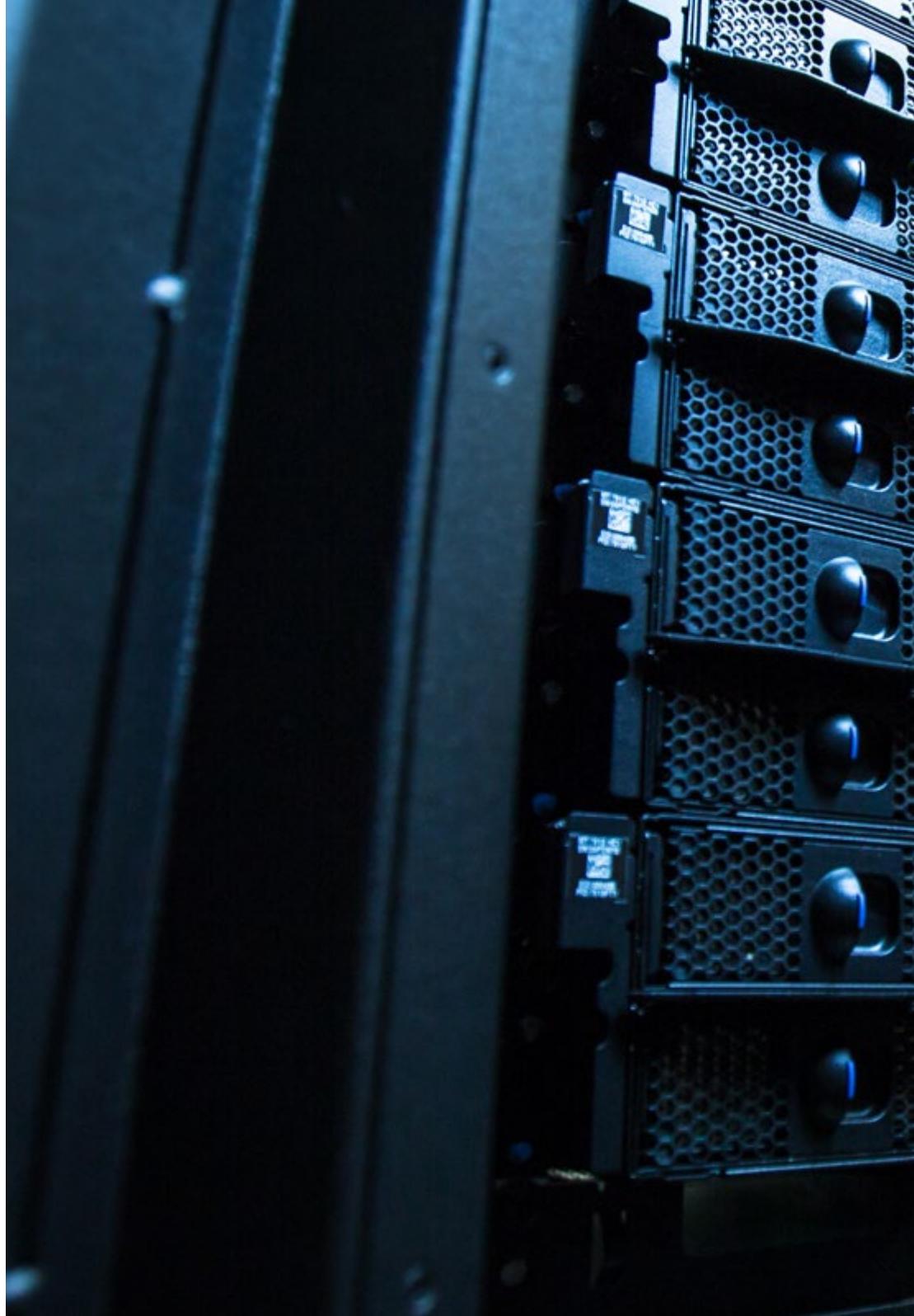


Competencias generales

- ♦ Entender el impacto de la transformación digital en los clientes, procesos, modelos de negocio, talento humano y herramientas de trabajo
- ♦ Liderar los cambios que están transformando los procesos organizacionales a nivel mundial
- ♦ Desarrollar la visión y capacidad estratégica para definir un plan de Marketing, así como las herramientas que se están utilizando en la actualidad
- ♦ Optimizar la creación de empresas bajo la pauta digital que engloba las herramientas y las técnicas más destacadas para su posterior servicio

“

Con esta titulación, serás capaz de liderar los procesos de cambio de la gestión de la innovación y de la Transformación Digital en diferentes startups del panorama internacional”





Competencias específicas

- ♦ Aplicar el uso de las nuevas herramientas tecnológicas en la organización
- ♦ Adquirir una visión estratégica para liderar los procesos de cambio de la gestión de la innovación y de la Transformación Digital
- ♦ Crear un equipo de Transformación Digital entendiendo qué áreas de la empresa y perfiles deben estar involucrados
- ♦ Analizar el impacto en el negocio del uso de las tecnologías actuales
- ♦ Analizar el entorno digital: repercusiones, retos y oportunidades, desde la perspectiva del Marketing
- ♦ Liderar y gestionar el área de Marketing Digital a nivel empresarial
- ♦ Dominar los avances en los nuevos formatos publicitarios, teniendo así el conocimiento necesario para apostar por ellos en la futura estrategia
- ♦ Aplicar una estrategia digital al ver el impacto que está teniendo en los distintos sectores de la actualidad
- ♦ Reconocer si la empresa cuenta con los elementos necesarios para una implementación exitosa del proyecto BPM
- ♦ Crear modelos de procesos de negocio teniendo en cuenta los tipos de notación más utilizados
- ♦ Planificar y organizar los recursos disponibles para garantizar una protección jurídica integral de la empresa

05

Dirección del curso

TECH ha recurrido a un equipo docente que cuenta con años de experiencia en el sector de los sistemas de información, comercio digital y publicidad, para que, de forma simultánea, estos profesionales puedan orientar al especialista hacia nuevos campos tecnológicos en los que desarrollar sus competencias de venta empresarial. Se trata de profesionales que han volcado, no solo sus conocimientos en el temario, sino, que, además, han incluido su experiencia en el escenario de actuación para hacer comprender al alumnado la importancia de adaptar los procesos de negocio a los modelos y los tipos de notación más utilizados en *Startups*.



“

Cuenta con el respaldo de un cuadro docente comprometido con tu actualización en Transformación Digital, a través de conocimientos y recursos extraídos de su propia experiencia”

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



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

Dirección



D. Barrientos, Giancarlo

- IT Manager en Assist-365
- Ingeniero en Sistemas de la Información con una especialización en Ingeniería de Software por la USAL de Buenos Aires
- Cofundador y CTO en LogTech
- Fundador y CTO en Dash Core
- Máster en Gestión por Procesos y Transformación Digital
- Ingeniero de Software por la Universidad del Salvador



D. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

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

Profesores

Dña. García Salvador, Laura

- ♦ CMO - Responsable de Marketing en Zacatrus
- ♦ CMO y Growth en Ruralka Hoteles
- ♦ Marketing Manager en Adopta un Abuelo
- ♦ Máster en Marketing Digital en ESIC
- ♦ Graduada en el Doble Grado de Administración y Dirección de Empresas y Publicidad y Relaciones Públicas

D. Goenaga Peña, Andrés

- ♦ Abogado, Escritor y Especialista en Propiedad Industrial, Derechos de Autor y Nuevas Tecnologías
- ♦ Máster en Propiedad Industrial, Derechos de Autor y Nuevas Tecnologías por la Universidad Externado de Colombia
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad del Norte

Dña. Garrido Brito, Stephanie

- ♦ Scrum Master en TriNet
- ♦ Scrum Master en Lean Tech
- ♦ Ingeniero Residente Logístico en Marval
- ♦ Coordinadora Operativa en Geotech Solutions
- ♦ Posgrado en Coaching, PNL y Liderazgo de Equipos, Gerencia Logística y Procesos por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona
- ♦ Máster en Transformación Digital en Ingeniería Industrial
- ♦ Licenciada en Ingeniería Industrial por la Universidad del Norte

Dña. Gómez Morales, María Daniela

- ♦ Especialista en Ingeniería Industrial
- ♦ Asesora Estudiantil en la Universidad del Norte
- ♦ Analista de Producción en Smurfit Kappa
- ♦ Analista de Consejería y Vida Universitaria en Atlántico
- ♦ Licenciada en Ingeniería Industrial por la Universidad del Norte

06

Estructura y contenido

El contenido de este programa se ha pautado detalladamente con un equipo docente versado en el entorno digital y las estrategias de venta más innovadoras. Asimismo, todo el temario se ha redactado siguiendo la metodología pedagógica de TECH, basada en el *Relearning*, lo que exime al alumnado de largas horas de estudio, gracias a la asimilación progresiva y paulatina del contenido. Los múltiples recursos multimedia, vídeo resúmenes y casos simulados basados en ejemplos reales hacen que la experiencia académica sea mucho más flexible y enriquecedora, obteniendo, además, acceso a una guía de referencia de gran utilidad que podrá consultar el CDO en su día a día profesional. Cabe destacar la enseñanza teórico-práctica que ofrece TECH, pues gracias a ella, el especialista podrá poner en práctica toda la información previa que se le aporta y que se desarrolla en el siguiente listado:



“

Tendrás a tu disposición la guía de referencia para que, una vez hayas finalizado la titulación, dispongas de los contenidos específicos en nuevos modelos de negocio y puedas consultarlos offline”

Módulo 1. El entorno digital en los procesos

- 1.1. El mundo digital
 - 1.1.1. Tendencias y oportunidades
 - 1.1.2. Transformación digital: opción o necesidad
 - 1.1.3. El impacto de la era digital en los clientes
- 1.2. Impacto de la transformación digital
 - 1.2.1. En Comunicación interna y externa
 - 1.2.2. En Canales de Ventas y Cliente
 - 1.2.3. Nuevos Modelos de negocios
- 1.3. Gestión por procesos
 - 1.3.1. Procesos
 - 1.3.2. Proceso y ciclo de *Deming*
 - 1.3.3. Mapas de procesos
 - 1.3.3.1. Estratégicos de dirección
 - 1.3.3.2. Operativos o de la cadena de valor
 - 1.3.3.3. Soporte o apoyo
- 1.4. Optimización en la gestión por procesos
 - 1.4.1. El enfoque basado en procesos
 - 1.4.2. Fases de la mejora de procesos
 - 1.4.3. La mejora continua y la organización
- 1.5. Innovación en procesos
 - 1.5.1. *Design Thinking*
 - 1.5.2. Enfoque *Agile*
 - 1.5.3. *Lean Startup*
- 1.6. Estrategia Digital en la empresa
 - 1.6.1. Marketing Digital y comercio electrónico
 - 1.6.2. Integrando el Marketing tradicional y digital
 - 1.6.3. Herramientas del Marketing online
- 1.7. Entorno organizacional
 - 1.7.1. Gestión del cambio
 - 1.7.2. Estrategia de gestión del cambio
 - 1.7.3. Implementación del cambio organizacional

- 1.8. Análisis y gestión de datos
 - 1.8.1. Historia, evolución y tendencias de la analítica web
 - 1.8.2. La importancia de la analítica de datos
 - 1.8.3. *Big Data* y la Inteligencia Empresarial
 - 1.8.3.1. *Big Data*
 - 1.8.3.2. *Business Intelligence (BI)*
- 1.9. Innovación y tecnología
 - 1.9.1. Empresas innovadoras
 - 1.9.2. Factores de competitividad. Creatividad e Innovación
 - 1.9.3. Innovación y gerencia de procesos
- 1.10. Aplicaciones de uso y casos de éxito
 - 1.10.1. Camino de la Transformación Digital
 - 1.10.2. Proyectando la Transformación Digital
 - 1.10.3. Como triunfar en la Transformación Digital

Módulo 2. La Transformación Digital en la empresa

- 2.1. Transformación Digital y Empresarial
 - 2.1.1. Digitalización vs. Transformación Digital
 - 2.1.2. *Social Business*: plataformas, procesos y personas
 - 2.1.3. Modelos organizativos
- 2.2. *Smart Company* o Empresa 4.0
 - 2.2.1. Diferencia entre *Smart Company*, *Digital Company* y *Tradicional Company*
 - 2.2.2. Claves de la gestión en empresas nativas digitales
 - 2.2.3. Diseño, fabricación, logística y distribución de la Empresa 4.0
- 2.3. Transformación Digital
 - 2.3.1. Retos de la Transformación Digital
 - 2.3.2. Ventajas de la Transformación Digital
 - 2.3.3. Barreras de la Transformación Digital
- 2.4. Tipologías de Transformación Digital
 - 2.4.1. Transformación Digital por tipo de empresas
 - 2.4.2. Transformación Digital por modelo de negocio
 - 2.4.3. Transformación Digital por perfil de usuario

- 2.5. Perfiles que lideran la Transformación Digital por áreas
 - 2.5.1. Tecnología
 - 2.5.2. Marketing y *Growth*
 - 2.5.3. Recursos Humanos
 - 2.5.4. Dirección
- 2.6. Planificación Estratégica de TI/SI
 - 2.6.1. El Plan TI/SI
 - 2.6.2. Estructura de un Plan TI/SI
 - 2.6.3. Fases de un Plan TI/SI
- 2.7. Gestión de proyectos de Sistemas de información
 - 2.7.1. Requerimientos funcionales y no funcionales
 - 2.7.2. Tipologías de Sistemas de información
 - 2.7.3. Modelo entidad-relación
- 2.8. Diferencias entre metodologías
 - 2.8.1. Diferencias entre *Design Thinking*, *Lean Startup*, *Agile*, *Growth Hacking*
 - 2.8.2. Profundizando en la metodología *Growth Hacking*
 - 2.8.3. Otras metodologías: *Design Sprint*, *Kanban* y *Six Sigma*
- 2.9. Competencias digitales
 - 2.9.1. Visión estratégica, comunicativa y ágil
 - 2.9.2. Analítica de datos
 - 2.9.3. Gestión de la creatividad
 - 2.9.4. Seguridad
- 2.10. Consecuencias de la Transformación Digital
 - 2.10.1. Digitalización de la sociedad
 - 2.10.2. División digital
 - 2.10.3. Trabajo flexible, trabajo por objetivos y teletrabajo

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

- 3.1. *Internet Of Things*
 - 3.1.1. Análisis de *Internet Of Things*
 - 3.1.2. Alcance y evolución
 - 3.1.3. Implicaciones de la transformación para las compañías
- 3.2. *Big Data*
 - 3.2.1. *Big Data* y *Small Data*
 - 3.2.2. Las 4 V del *Big Data*
 - 3.2.3. Analítica Predictiva
 - 3.2.4. Enfoque *Data Driven*
- 3.3. *Cloud Productivity*
 - 3.3.1. Características
 - 3.3.2. Modelos de implementación
 - 3.3.3. Niveles o capas
- 3.4. Tecnología *Blockchain*
 - 3.4.1. *Blockchain*
 - 3.4.2. Beneficios del *Blockchain*
 - 3.4.3. Aplicaciones del *Blockchain* en el mundo empresarial
- 3.5. Inteligencia Artificial (IA)
 - 3.5.1. Inteligencia Artificial
 - 3.5.2. Tipos de Inteligencia Artificial
 - 3.5.3. Aplicaciones de la Inteligencia Artificial
 - 3.5.4. *Machine Learning* vs. Inteligencia Artificial
- 3.6. La Realidad Extendida (RX)
 - 3.6.1. Realidad Extendida
 - 3.6.2. Realidad Virtual (VR)
 - 3.6.3. Realidad Aumentada (AR)
 - 3.6.4. Realidad Mixta (MR)
- 3.7. *Augmented humans* o *Human 2.0*
 - 3.7.1. *Human Enhancement Technologies (HET)*
 - 3.7.2. *Biohacking*
 - 3.7.3. *Accelerated Learning*

- 3.8. Impresión 3D
 - 3.8.1. Evolución y alcance de la Impresión 3D
 - 3.8.2. Tipos de Impresión 3D
 - 3.8.3. Aplicaciones de la Impresión 3D
- 3.9. Servicios Basados en la Localización (LBS)
 - 3.9.1. *Bluetooth Low Energy (BLE): Beacons*
 - 3.9.2. Ubicación GPS
 - 3.9.3. Ubicación inalámbrica: *Geofencing* y *Geoetiquetado* (RFID y NFC, códigos de barras, escáneres QR)
- 3.10. Tecnología 5G
 - 3.10.1. Conectividad
 - 3.10.2. Ventajas del 5G
 - 3.10.3. Aplicaciones

Módulo 4. La Transformación Digital como estrategia 360°

- 4.1. Estrategia 360°
 - 4.1.1. *Brand Awareness*
 - 4.1.2. *Content Mapping* y *Customer Journey*
 - 4.1.3. Estrategia *always on*
- 4.2. *Rebranding*
 - 4.2.1. *Rebranding*
 - 4.2.2. Cuándo aplicar una Estrategia de *Rebranding*
 - 4.2.3. Cómo aplicar una Estrategia de *Rebranding*
- 4.3. HR Marketing
 - 4.3.1. *Recruitment Marketing*
 - 4.3.2. Fases del HR Marketing
 - 4.3.3. Estrategia de comunicación: interna y externa
- 4.4. Marketing relacional
 - 4.4.1. Marketing Relacional
 - 4.4.2. *Inbound Marketing*
 - 4.4.3. Herramientas





- 4.5. Comunidades y ecosistemas de innovación
 - 4.5.1. Ecosistemas de innovación
 - 4.5.2. Tipos de perfiles
 - 4.5.3. Claves para tener una comunidad interna y externa
- 4.6. *Social Selling*
 - 4.6.1. *Social Selling*
 - 4.6.2. Cómo aplicar una Estrategia de *Social Selling*
 - 4.6.3. Aplicaciones basadas en el *Social Selling*
- 4.7. Marketing experiencial
 - 4.7.1. Marketing Experiencial
 - 4.7.2. Objetivos en una campaña de Marketing Experiencial
 - 4.7.3. Uso de la tecnología en el Marketing Experiencial
- 4.8. *Branded content* y Publicidad nativa
 - 4.8.1. *Branded content* y *Debranding*
 - 4.8.2. *Content Marketing* vs. *Brand journalism*
 - 4.8.3. Publicidad Nativa
- 4.9. *Real Time* Marketing
 - 4.9.1. *Real Time* Marketing
 - 4.9.2. Preparación de una campaña de *Real Time* Marketing
 - 4.9.3. La personalización como concepto clave
 - 4.9.4. Responsabilidad social corporativa
- 4.10. Indicadores clave del rendimiento (KPIs) en la era digital
 - 4.10.1. Indicadores organizacionales
 - 4.10.2. Indicadores de innovación
 - 4.10.3. Indicadores de Marketing

Módulo 5. Canales de Marketing en la era digital

- 5.1. Redes sociales
 - 5.1.1. Relacionales
 - 5.1.2. De entretenimiento
 - 5.1.3. Profesionales
 - 5.1.4. De nicho
- 5.2. *Influencer marketing*
 - 5.2.1. Clasificación de *influencers*
 - 5.2.2. Diseño de campañas con *influencers*
 - 5.2.3. Tipos de campañas con *influencers*
- 5.3. Email Marketing
 - 5.3.1. Objetivos del email Marketing
 - 5.3.2. Factores clave del email Marketing
 - 5.3.3. Email automation
- 5.4. Página Web y SEO
 - 5.4.1. Página Web
 - 5.4.2. SEO *On page*
 - 5.4.3. SEO *Off page*
- 5.5. Aplicaciones móviles y ASO
 - 5.5.1. Tipos de aplicaciones
 - 5.5.2. Conceptos clave
 - 5.5.3. Posicionamiento ASO
- 5.6. Campañas pagadas
 - 5.6.1. Estrategia *Paid-Media*
 - 5.6.2. Google Ads
 - 5.6.3. Facebook Ads
- 5.7. Marketing de afiliación
 - 5.7.1. Análisis del Marketing de afiliación
 - 5.7.2. Tipos de Marketing de afiliación
 - 5.7.3. Aspectos clave

- 5.8. Publicidad Programática
 - 5.8.1. Publicidad programática
 - 5.8.2. Actores fundamentales
 - 5.8.3. Beneficios de la publicidad programática
 - 5.8.4. *Real time Bidding* (RTB)
- 5.9. Programas de fidelización
 - 5.9.1. Programa de fidelización
 - 5.9.2. Importancia de la gamificación
 - 5.9.3. Tipos de programas de fidelización
- 5.10. *Cobranding*
 - 5.10.1. Campaña de *Cobranding*
 - 5.10.2. Tipos de *Cobranding*
 - 5.10.3. *Co Branding* vs. *Comarketing*

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

- 6.1. Nuevas conductas adoptadas
 - 6.1.1. *Social Distancing*
 - 6.1.2. *A-commerce*
 - 6.1.3. *Mentor to Protége (M2P)*
- 6.2. Tendencias en la comunicación
 - 6.2.1. Marketing inclusivo y social
 - 6.2.2. Ecología y proximidad
 - 6.2.3. Humanización
 - 6.2.4. Diferenciación
- 6.3. Evolución de los contenidos
 - 6.3.1. Evolución del *Fast Content*
 - 6.3.2. Contenido inmediato
 - 6.3.3. Del *Storytelling* al *Storydoing*
 - 6.3.4. El auge del contenido Premium

- 6.4. La evolución de las búsquedas
 - 6.4.1. La intención de búsqueda
 - 6.4.2. *Voice Marketing*
 - 6.4.3. *Visual Search*
 - 6.4.4. Búsquedas interactivas
- 6.5. Avances de los soportes
 - 6.5.1. La publicidad digital OOH
 - 6.5.2. Televisión conectada y *vídeo Over-the-Top (OTT)*
 - 6.5.3. *Podcasting* y audio online
 - 6.5.4. *Streaming*
- 6.6. *Customer Centric*
 - 6.6.1. *Customer Centric vs. Customer Experience vs. Product Centric*
 - 6.6.2. *User Generated Content*
 - 6.6.3. *Share of Voice*
 - 6.6.4. Personalización
- 6.7. La evolución del e-commerce
 - 6.7.1. Evolución y perspectivas
 - 6.7.2. Tipos de sistemas
 - 6.7.3. Tipos de e-commerce
- 6.8. Economía conductual
 - 6.8.1. Economía conductual
 - 6.8.2. Tipos de sesgos y *Nudges*
 - 6.8.3. CRO
 - 6.8.4. UX vs. UI
- 6.9. Transformación Digital: físico + Digital
 - 6.9.1. Era de la digitalización
 - 6.9.2. *Social, Location y Mobile (SoLoMo)*
 - 6.9.3. Evolución de los métodos de pago
 - 6.9.4. Nuevos retos para el retail
- 6.10. Evolución por sectores en el entorno digital
 - 6.10.1. Turismo
 - 6.10.2. Movilidad
 - 6.10.3. Salud

Módulo 7. *Business Process Management (BPM)*

- 7.1. Arquitectura empresarial
 - 7.1.1. Visión holística de la arquitectura empresarial
 - 7.1.2. Cadena de valor
 - 7.1.3. Arquitectura de procesos
- 7.2. Diagnóstico del BPM
 - 7.2.1. *Business Process Management*
 - 7.2.2. Motores del negocio
 - 7.2.3. Elementos necesarios para una implementación exitosa
 - 7.2.4. Ciclo de madurez
- 7.3. Principios del BPM
 - 7.3.1. Adaptabilidad del contexto
 - 7.3.2. Continuidad
 - 7.3.3. Desarrollo de competencias
 - 7.3.4. Holismo
 - 7.3.5. Institucionalización
 - 7.3.6. Participación de actores claves
 - 7.3.7. Lenguaje común
 - 7.3.8. Propósito
 - 7.3.9. Simplicidad
 - 7.3.10. Apropiación de la tecnología
- 7.4. Beneficios del BPM
 - 7.4.1. Empresariales
 - 7.4.2. Clientes
 - 7.4.3. Gestión
 - 7.4.4. *Stakeholders*
 - 7.4.5. Aplicaciones del BPM
 - 7.4.5.1. *Business Process Improvement (BPI)*
 - 7.4.5.2. *Enterprise Process Management (EPM)*
 - 7.4.5.3. *Continuous Refinement (CR)*

- 7.5. Aplicación sectorial de BPM
 - 7.5.1. Entidades financieras
 - 7.5.2. Telecomunicaciones
 - 7.5.3. Sanidad
 - 7.5.4. Seguros
 - 7.5.5. Administración pública
 - 7.5.6. Industria de manufactura
- 7.6. Modelos de referencias de procesos
 - 7.6.1. Modelo APQC
 - 7.6.2. Modelo SCOR
- 7.7. Centro de Excelencia de Procesos (COE)
 - 7.7.1. Funciones y beneficios del COE
 - 7.7.2. Pasos para establecer un COE y modelo de gobierno
- 7.8. Pasos para el éxito del BPM
 - 7.8.1. Descubrir y simplificar
 - 7.8.2. Capturar y documentar
 - 7.8.3. Publicar y animar
 - 7.8.4. Diseñar y mejorar
 - 7.8.5. Simular y optimizar
 - 7.8.6. Generar y ejecutar
 - 7.8.7. Monitorizar y gestionar
- 7.9. Desafíos del *Business Process Management*
 - 7.9.1. Riesgos dependiendo de la etapa del proceso
 - 7.9.2. Estrategias para vencer el riesgo
 - 7.9.3. Errores en la implementación
- 7.10. Consideraciones para iniciar un Proyecto BPM
 - 7.10.1. Seleccionar el punto inicial correcto
 - 7.10.2. Involucrarse con los usuarios
 - 7.10.3. Medir desde el inicio

Módulo 8. Modelado y análisis de procesos

- 8.1. Modelado de procesos
 - 8.1.1. Propósitos del modelado de procesos
 - 8.1.2. Beneficios de usar un modelo de notación estandarizado
 - 8.1.3. Consideraciones para seleccionar un modelo de notación
- 8.2. *Business Process Modelling Notation (BPMN)*
 - 8.2.1. Componentes de BPMN
 - 8.2.2. Tipos de gráficos de BPMN
 - 8.2.3. Ventajas del BPMN
 - 8.2.4. Desventajas del BPMN
- 8.3. Otros tipos de modelado de procesos
 - 8.3.1. *Swim Lanes*
 - 8.3.2. *Flow Charting*
 - 8.3.3. *Event Process Chain (EPC)*
 - 8.3.4. *Unified Modeling Language (UML)*
 - 8.3.5. *Integrated Definition Language (IDEF)*
 - 8.3.6. *Value Stream Mapping*
- 8.4. Enfoques de Modelado de procesos
 - 8.4.1. Cadena de valor
 - 8.4.2. *Supplier Input Process Output Customer (SIPOC)*
 - 8.4.3. *System Dynamics*
- 8.5. Niveles de modelado de procesos
 - 8.5.1. Perspectiva empresarial
 - 8.5.2. Perspectiva de negocio
 - 8.5.3. Perspectiva operacional
- 8.6. Captura de información
 - 8.6.1. Observación directa
 - 8.6.2. Entrevistas
 - 8.6.3. Encuestas
 - 8.6.4. Talleres estructurados
 - 8.6.5. Conferencias vía web



- 8.7. Softwares de modelación (BPMS)
 - 8.7.1. *AuraPortal*
 - 8.7.2. *Bizagi Modeler*
 - 8.7.3. *Trisotech*
 - 8.7.4. *iGrafx*
 - 8.7.5. *IBM Blueworks Live*
 - 8.7.6. *OnBase by Hyland*
 - 8.7.7. *Oracle BPM Suite*
 - 8.7.8. *Signavio*
- 8.8. Análisis de procesos
 - 8.8.1. Fase de implementación
 - 8.8.2. Roles en el análisis
 - 8.8.3. Factores para analizar los procesos
 - 8.8.4. Análisis económico
 - 8.8.5. Árbol de causas y efectos
 - 8.8.6. Análisis del riesgo
 - 8.8.7. Análisis de capacidad de recursos
 - 8.8.8. Análisis del talento humano
- 8.9. Consideraciones para el análisis de procesos
 - 8.9.1. Liderazgo a nivel gerencial
 - 8.9.2. Madurez de la gestión por procesos
 - 8.9.3. Evitar solucionar durante el análisis
 - 8.9.4. Un análisis eficiente
 - 8.9.5. Resistencia potencial
 - 8.9.6. Omisión de culpabilidad en no conformidades
 - 8.9.7. Entendiendo la cultura organizacional
 - 8.9.8. Enfoque hacia el cliente
 - 8.9.9. Disponibilidad de recursos
- 8.10. Simulación de procesos de negocio
 - 8.10.1. Consideraciones técnicas y políticas para la simulación
 - 8.10.2. Paso a paso de la simulación de procesos de negocio
 - 8.10.3. Herramientas de simulación

Módulo 9. Control y optimización de procesos

- 9.1. Diseño de procesos
 - 9.1.1. Aspectos fundamentales del diseño de procesos
 - 9.1.2. Transición de "As is" hacia el "To be"
 - 9.1.3. Análisis económico del proceso "To be"
- 9.2. Hacia el control del desempeño de proceso
 - 9.2.1. Teniendo en cuenta el nivel de madurez del proceso
 - 9.2.2. Interpretaciones del desempeño
 - 9.2.3. Aspectos medibles
 - 9.2.4. Diseño de medición del desempeño
- 9.3. Medición y control del desempeño de procesos
 - 9.3.1. Importancia de la medición de los procesos
 - 9.3.2. Indicadores de gestión de procesos
 - 9.3.3. Pasos para crear indicadores de gestión
- 9.4. Métodos para medir y controlar el desempeño
 - 9.4.1. Mapa del flujo de valor (VSM)
 - 9.4.2. Sistemas de costos basados en actividades
 - 9.4.3. Control estadístico
- 9.5. Control estadístico de procesos
 - 9.5.1. Parámetros estadísticos
 - 9.5.2. Análisis de variabilidad
 - 9.5.3. Cartas de control
 - 9.5.4. Planes de muestreo
- 9.6. Minería de procesos
 - 9.6.1. Estado del arte de la minería de procesos
 - 9.6.2. Metodología de la minería de procesos
 - 9.6.3. Factores a considerar para la implementación
- 9.7. Inteligencia de procesos
 - 9.7.1. La inteligencia de procesos
 - 9.7.2. Herramientas BAM (*Business Activity Monitoring*)
 - 9.7.3. Cuadro de Mandos (*Dashboards*)

- 9.8. Gestión del cambio
 - 9.8.1. Resistencia al cambio
 - 9.8.2. Manejo de la incertidumbre del talento humano
 - 9.8.3. Proceso de la gestión del cambio
- 9.9. Transformación de la organización
 - 9.9.1. Más allá de la mejora
 - 9.9.2. Transformando la organización
 - 9.9.3. Optimización continua
- 9.10. Una nueva gestión por procesos empresariales
 - 9.10.1. Aspectos de una organización orientada a procesos
 - 9.10.2. Evaluación de la madurez organizacional
 - 9.10.3. Implementación del modelo de gobierno
 - 9.10.4. Diseño de hoja de ruta del BPM

Módulo 10. Aspectos jurídicos de la Transformación Digital

- 10.1. El derecho en la Transformación Digital
 - 10.1.1. Relación derecho y tecnología
 - 10.1.2. Retos del derecho en la era digital
 - 10.1.3. Formas de asociación
 - 10.1.4. *Big data*
 - 10.1.5. Desafíos jurídicos de la Inteligencia Artificial
 - 10.1.6. Aspectos tributarios
- 10.2. Contratación empresarial
 - 10.2.1. Conceptualización de la contratación empresarial
 - 10.2.2. Contratos de transferencia de tecnología
 - 10.2.3. *Smart Contracts*
 - 10.2.4. *Cloud Computing*
 - 10.2.5. El contrato laboral digital
 - 10.2.6. Trabajo remoto

- 10.3. Propiedad intelectual
 - 10.3.1. Derechos de autor y derechos conexos
 - 10.3.2. Contenido multimedia y medidas de protección en el entorno digital
 - 10.3.3. Sistema internacional de derechos de autor
 - 10.3.4. Signos distintivos (marcas, nombres, enseñas comerciales y denominaciones de origen)
 - 10.3.5. Patentes (de invención, modelos de utilidad y diseños industriales)
 - 10.3.6. Nombres de dominio
- 10.4. Informática Jurídica
 - 10.4.1. *Blockchain*
 - 10.4.2. Firma digital y firma electrónica
 - 10.4.3. Informática forense
- 10.5. Competencia/*Antitrust*
 - 10.5.1. Análisis de mercado: microeconomía
 - 10.5.2. Derecho de la competencia en la era digital
 - 10.5.3. Estrategias de defensa y cumplimiento
- 10.6. Tratados de libre comercio
 - 10.6.1. Elementos fundamentales de los tratados de libre comercio
 - 10.6.2. Ventajas competitivas de la gestión de los tratados de libre comercio
 - 10.6.3. Principales tratados de libre comercio en el ámbito digital
- 10.7. Valuación de activos intangibles
 - 10.7.1. Clasificación activos intangibles
 - 10.7.2. Estándares internacionales de valuación de activos
 - 10.7.3. Tendencias actuales de la economía de intangibles
- 10.8. Protección de datos personales
 - 10.8.1. Conceptos aplicables
 - 10.8.2. Bases de datos
 - 10.8.3. *Big data*
 - 10.8.4. La protección de datos en la Unión Europea y en Estados Unidos

- 10.9. Protección de derechos del consumidor
 - 10.9.1. Derechos del consumidor
 - 10.9.2. Regulación internacional del comercio electrónico
 - 10.9.3. Arbitraje de consumo
 - 10.9.4. Tendencias
- 10.10. *Legal Tech*
 - 10.10.1. *Legal Tech for Documents*
 - 10.10.2. *Legal Tech for Contracts*
 - 10.10.3. *Legal Tech for Finance*
 - 10.10.4. *Legal Tech for Design*
 - 10.10.5. *Legal Tech for Evidence*



Descarga todos los contenidos del Máster Semipresencial MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) y adquiere una guía de referencia con la que contarás incluso al finalizar la titulación”

07 Prácticas

Este Máster Semipresencial MBA en Transformación Digital (CDO, *Chief Digital Officer*) contempla en su itinerario una estancia de 3 semanas en empresas de prestigio que, además, se encuentran inmersas en la renovación informática. Gracias a este periodo práctico, el profesional del Management empresarial tendrá acceso a las herramientas y las técnicas más actualizadas que se utilizan en el escenario real en el que desarrollará sus labores como directivo.





“

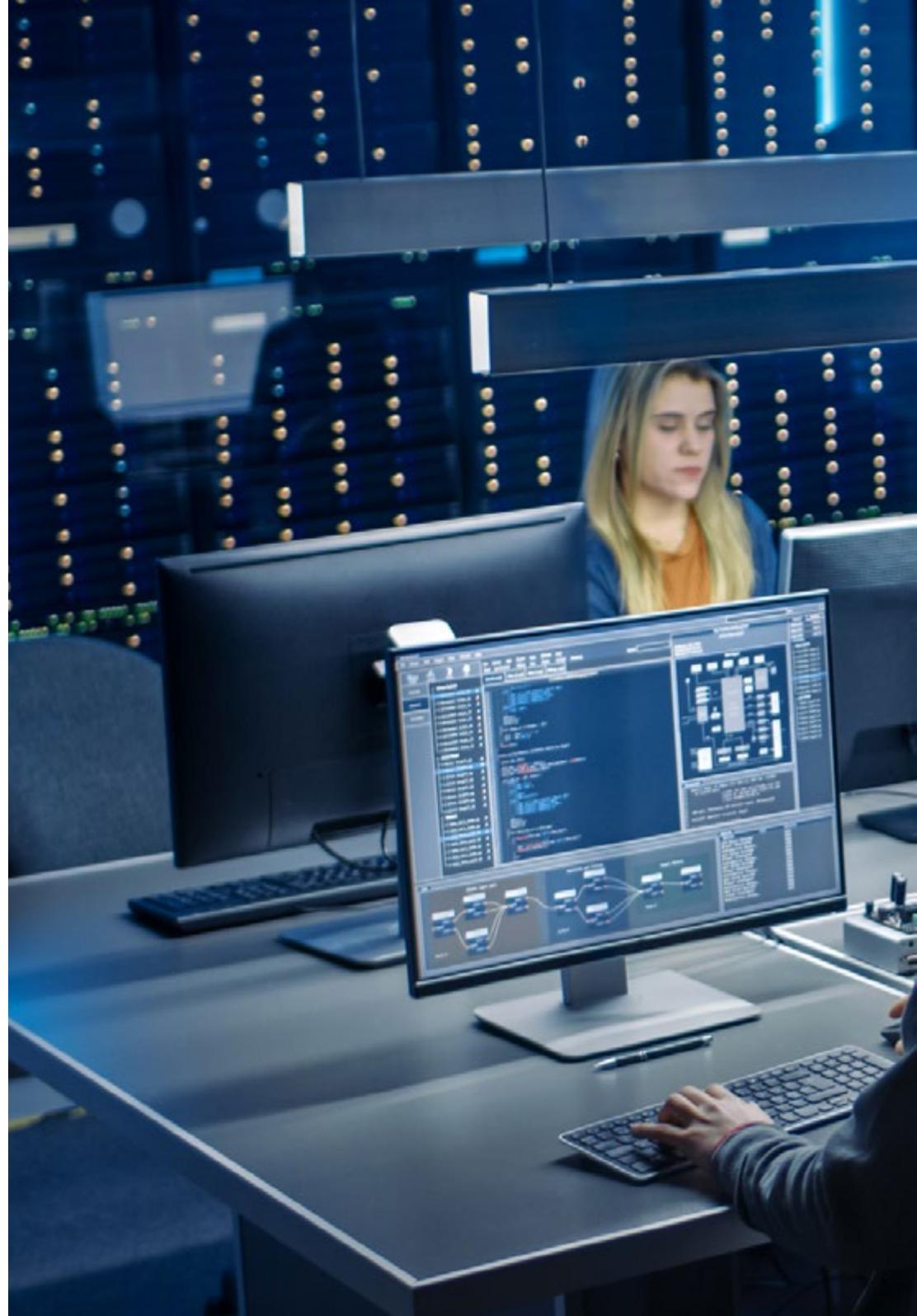
Únete ahora para integrar las nuevas herramientas tecnológicas en tu organización y optimizar el sistema de ventas a través de la web”

Cursando este Máster Semipresencial, el alumnado no solo accederá a través de una vía de comunicación directa a los docentes, sino que también contará con un tutor adjunto en las prácticas empresariales. En este caso, el adjunto será el encargado de ofrecer una segunda opinión al alumno para garantizar su adecuada actuación en procesos de digitalización de organizaciones o la apuesta de modelos de venta online. Además, esto permitirá a los especialistas poder desenvolverse con el respaldo de profesionales que cuentan con una amplia experiencia, con el fin de conocer los entornos digitales que han incorporado los avances y las nuevas tecnologías en su trabajo.

Durante la Capacitación Práctica, los especialistas se instruirán in situ y de manera dinámica en jornadas de lunes a viernes y de 8 horas consecutivas. Supone toda una oportunidad para los especialistas que no se conforman con una titulación teórica y desean aumentar sus conocimientos en técnicas analíticas, comunicación digital o *Internet of Things* en la propia empresa, junto a expertos y clientes reales. En este sentido, el alumnado podrá analizar, poner en práctica y proponer un cambio en el carácter informático de la empresa o su comercio digital.

Todas las actividades que realizará el profesional del management en su estancia práctica están dirigidas al perfeccionamiento de sus competencias y aptitudes en el área comercial. De esta manera, el alumnado podrá alcanzar sus objetivos profesionales, actualizando sus conocimientos, diseñando nuevos modelos de negocio, incluyendo el ciclo de Deming en los procesos, entre otra multitud de competencias en materia de BI y abordaje empresarial.

La enseñanza 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 facilite el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis de la psicoterapia (aprender a ser y aprender a relacionarse).





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
Principales novedades del <i>Business Process Management (BPM)</i>	Desarrollar una arquitectura empresarial
	Manejar las herramientas de trabajo para el diagnóstico del <i>Business Process</i>
	Usar modelos de Referencias de Procesos en materia de Transformación Digital
Últimas tendencias de la Transformación Digital en la empresa	Gestionar softwares de modelación (BPMS)
	Aplicar estrategias de <i>Social Business</i> a diferentes plataformas, procesos, personas y modelos organizativos
	Implementar adecuadamente un diseño, fabricación, logística y distribución de la Empresa 4.0
Nuevas conductas en la Transformación Digital de las empresas	Aplicar la planificación estratégica de TI/SI, así como sus fases y estructura
	Implementar metodologías <i>Social Distancing</i> , <i>A-commerce Mentor to Protège (M2P)</i>
	Utilizar la Transformación Digital como estrategia 360°, dando paso a el <i>Rebanding</i> , <i>HR Marketing</i> y el <i>Social Selling</i>
Canales de marketing en la era digital para la empresa en pleno proceso de transformación	Aplicar métodos de pago según las últimas tendencias digitales
	Implementar estrategias desde Redes Sociales, el <i>Influencer Marketing</i> y el <i>Email Marketing</i>
	Desplegar una estrategia de Marketing de afiliación y programas de fidelización
Aspectos jurídicos de la Transformación Digital	Aplicar la publicidad programática y ejecutar campañas de pago
	Implementar aspectos tributarios a través de <i>Smart Contracts</i> y otras propiedades del <i>Cloud Computing</i>
	Diseñar políticas de protección de datos para la empresa desde las bases de la Informática Jurídica, <i>Blockchain</i> , firma digital y firma electrónica, informática forense, etc

Seguro de responsabilidad civil

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

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

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



Condiciones generales de la capacitación práctica

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

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

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

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

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

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

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

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

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

08

¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

El Máster Semipresencial MBA en Transformación Digital (*CDO, Chief Digital Officer*) plantea una estancia práctica en la que los especialistas podrán desarrollar sus habilidades en el escenario real de actuación. Además, en las *Startups* contarán con todos los materiales y las herramientas necesarias para desarrollar la labor empresarial diaria y los conocimientos teóricos previos con los que contará. Esto incluye el desarrollo de la arquitectura empresarial, el diagnóstico del *Business Process Management BPM*, los principios del BPM y la aplicación sectorial de BPM, entre otros muchos avances. A su vez, TECH facilita la instrucción práctica dándole a escoger al profesional el centro práctico que mejor convenga, según sus propios intereses o situación personal.





“

Complementa el apartado teórico de esta titulación con una estancia práctica que te servirá para proyectar tu modelo de negocio en el entorno digital”

tech 46 | ¿Dónde puedo hacer las Prácticas?



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



Grupo Fórmula
RADIO - TELEVISIÓN - INTERNET

Escuela de Negocios

Grupo Fórmula

País	Ciudad
México	Ciudad de México

Dirección: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc,
Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Empresa líder en comunicación multimedia
y generación de contenidos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- Administración de Personas





“

Impulsa tu trayectoria profesional con una enseñanza holística, que te permite avanzar tanto a nivel teórico como práctico”

09

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



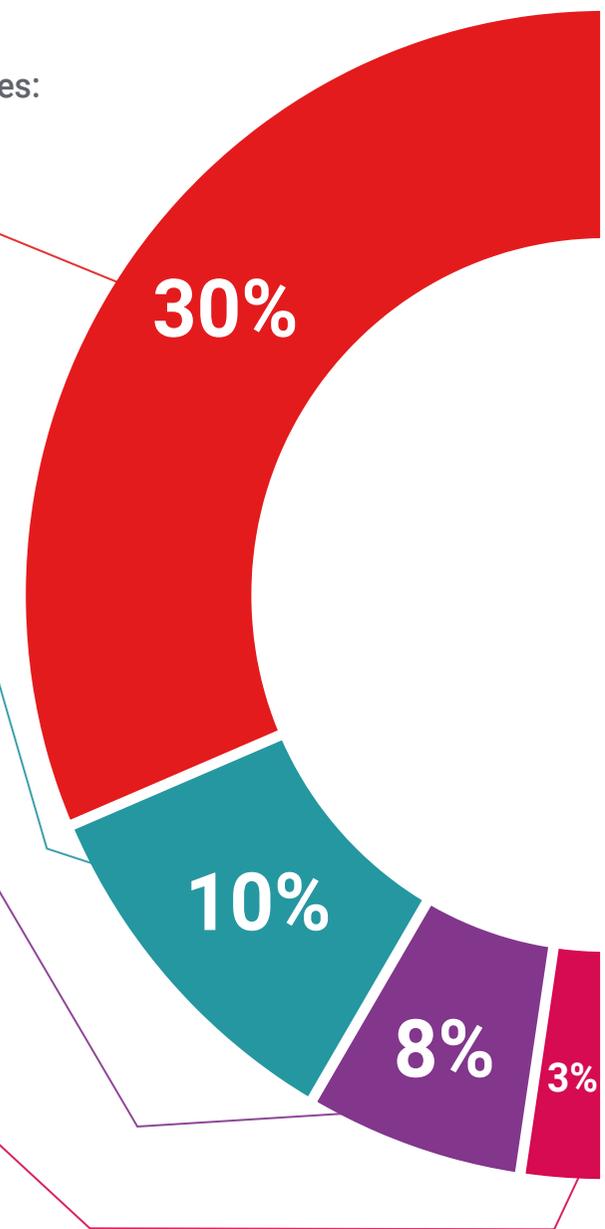
Prácticas de habilidades directivas

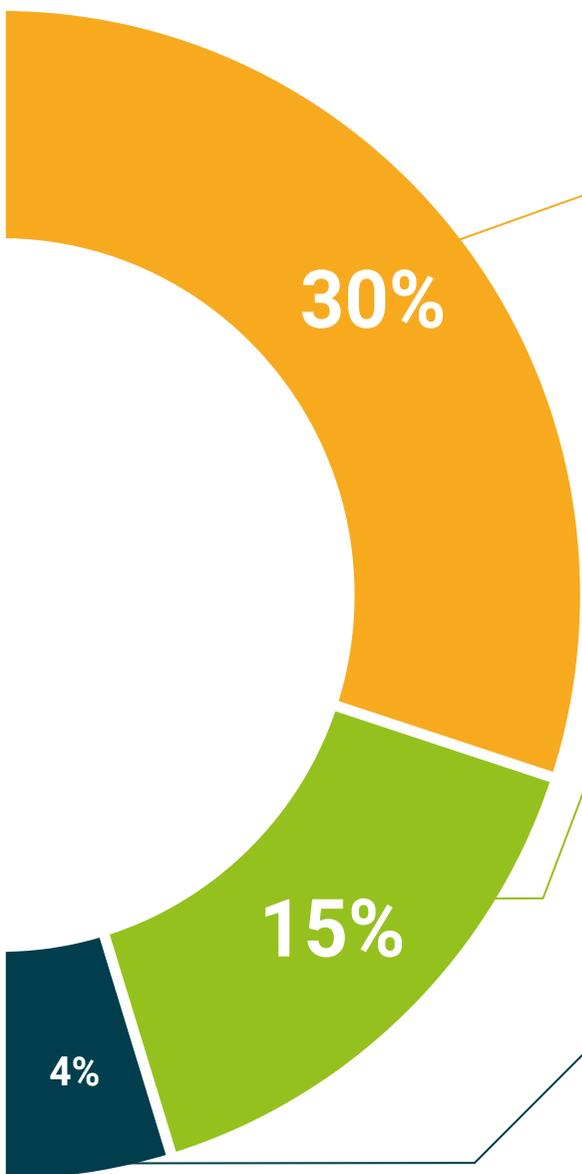
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

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



10 Titulación

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



“

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

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

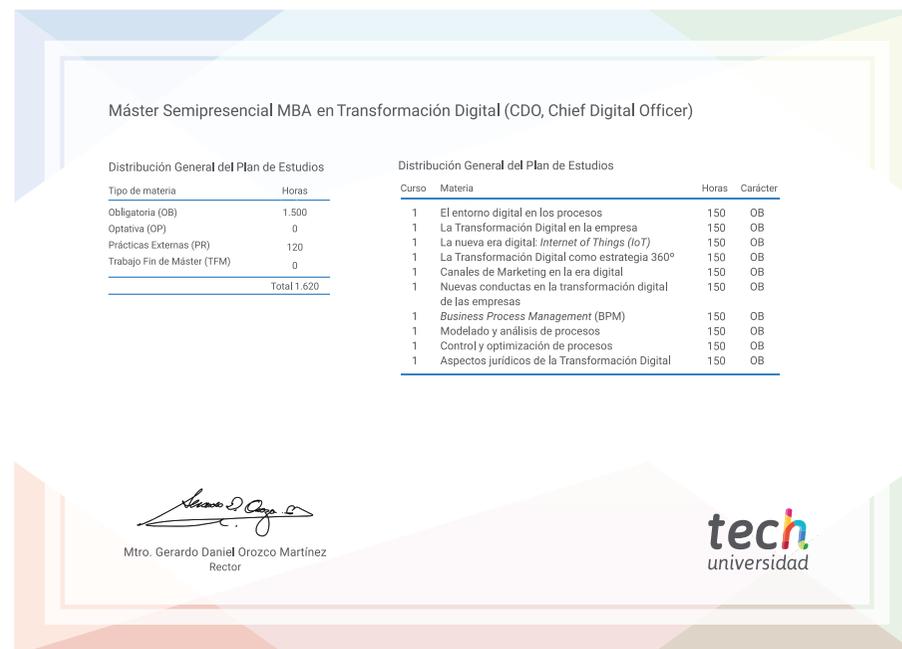
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Semipresencial** emitido por **TECH Universidad**.

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

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

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

Duración: **12 meses**



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



Máster Semipresencial
MBA en Transformación Digital
(CDO, Chief Digital Officer)

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad

Máster Semipresencial

MBA en Transformación Digital
(CDO, Chief Digital Officer)