

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas
de Videojuegos

M B A D E V



tech
universidad



Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: Graduados, Diplomados y Licenciados Universitarios en el área de Empresariales, que quieran ampliar su currículum profesional y adquirir las habilidades necesarias para dirigir un modelo de negocio en el sector de los videojuegos

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-empresas-videojuegos

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 18

06

Estructura y contenido

pág. 24

07

Metodología

pág. 38

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 46

09

Dirección del curso

pág. 50

10

Impacto para tu carrera

pág. 70

11

Beneficios para tu empresa

pág. 74

12

Titulación

pág. 78

01

Bienvenida

La industria de los videojuegos genera cada año cientos de millones de dólares. A pesar de que décadas atrás este sector estaba orientado únicamente a las consolas y a los ordenadores, el desarrollo de las plataformas online, así como el de la telefonía móvil, ha traído consigo un área de expansión muy grande y una oportunidad de negocio para compañías y emprendedores que buscan aumentar su rentabilidad. Es por ello que surge esta titulación, orientada a capacitar a directivos y alumnos con proyectos de futuro, aportándoles los conceptos y habilidades necesarias para dirigir satisfactoriamente una empresa orientada a los videojuegos. Una titulación 100% online, accesible desde cualquier dispositivo y disponible las 24 horas del día, perfecta para profesionales en activo, que necesitan compaginar su vida laboral con la académica.



MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos
TECH Universidad



“

Si lo que buscas es triunfar en el sector de las empresas de videojuegos este programa te aportará las claves para alcanzar el éxito en menos tiempo del que esperas”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

En TECH Universidad



Innovación

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

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



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

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



Análisis

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



Excelencia académica

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



Economía de escala

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



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

Este programa está diseñado con el objetivo de que los alumnos adquieran las habilidades directivas necesarias que les permitan orientar su empresa hacia el éxito, aumentar su rentabilidad y hacerles frente a la competencia. Se trata de un completísimo programa que les servirá de guía y les aportará los conocimientos necesarios y las estrategias fundamentales para crecer y triunfar en la Dirección de Empresas dedicadas a los Videojuegos.



“

Esta titulación te aportará los requisitos necesarios con los que podrás optar a cargos directivos de grandes empresas del sector de los videojuegos, como Blizzard o Ubisoft”

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

El Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos capacitará al alumno para:

01

Desarrollar un plan de creación de empresas orientadas al mercado de los videojuegos

04

Conocer en profundidad el sector para diseñar proyectos realistas y basados en la actualidad empresarial

02

Operar y gestionar proyectos



03

Generar estrategias de negocio para la industria

05

Reconocer las tecnologías emergentes e innovaciones en la industria como una oportunidad de negocio

06

Dominar las áreas funcionales de las empresas que tiene el sector del videojuego

08

Desarrollar una aptitud directiva óptima y conveniente



09

Conocer en profundidad el impacto positivo en la gestión adecuada de proyectos y en el liderazgo de equipos

07

Llevar a cabo estrategias de Marketing y ventas con posibilidades de productividad altas

10

Desarrollar altas competencias comerciales en los principales procesos que les permita aumentar la capacidad de ventas y las posibilidades de negocio

05

Competencias

Con la superación de este Máster Título Propio los egresados adquirirán una serie de competencias profesionales que podrán implementar a su propia empresa. Y es que no solo mejorarán exponencialmente sus habilidades directivas y de liderazgo, sino que el conocimiento profundo del sector les ayudará a crear una nueva perspectiva de negocio con la que perfeccionar su estrategia y, en definitiva, aumentar sus posibilidades de éxito en el sector empresarial de los videojuegos. Por otro lado, la mejora profesional permitirá a los egresados optar por cargos más relevantes en negocios consolidados.



A grayscale photograph of a hand pointing at a business chart on a document. The chart includes a bar graph and a pie chart. The text 'Profit Trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

Dominar la gestión de empresas de videojuegos está al alcance de tu mano. No lo pienses más e invierte en una titulación que te permitirá llevar tu negocio hacia la cúspide”

01

Desarrollar estrategias de negocio orientadas a empresas digitales y de videojuegos

02

Dominar las áreas de gestión de las empresas digitales y de videojuegos

03

Aprender en profundidad cómo diseñar proyectos de videojuegos

04

Conocer en detalle el ecosistema de la industria de los videojuegos

05

Aprender en detalle las tecnologías al servicio de los videojuegos, desde un punto de vista de negocio



06

Conocer ampliamente el impacto de las acciones de Marketing y Sales

08

Comprender en detalle los principales aspectos para la creación de empresas de videojuegos



09

Adquirir altos criterios sobre tecnologías emergentes e innovación en la industria de los videojuegos

07

Analizar la gestión financiera y económica de una empresa de videojuegos

10

Adquirir las más complejas habilidades y competencias para liderar modelos de negocio y proyectos del ámbito de los videojuegos

11

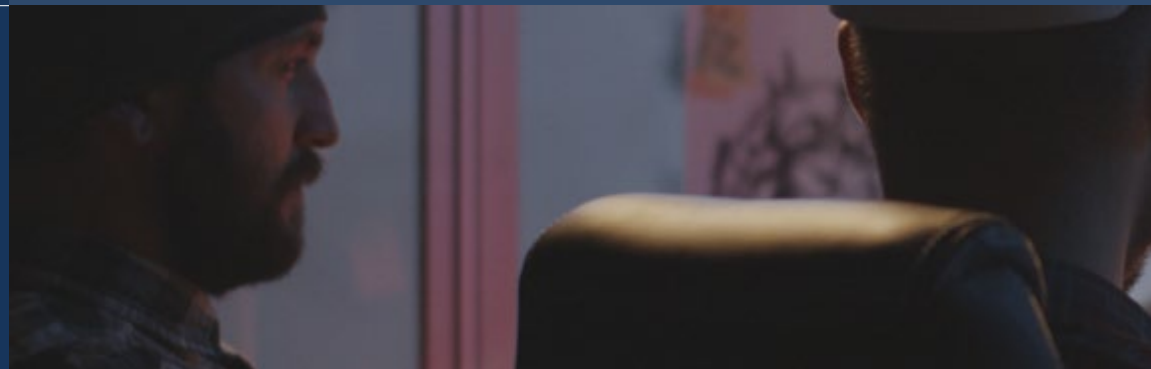
Tener la capacidad de sumergirse en el alcance estratégico de las empresas digitales y de videojuegos

14

Fundamentar los objetivos y funciones de la dirección estratégica en las empresas digitales y de videojuegos

12

Analizar aspectos como el proceso estratégico y la necesidad de realizar análisis de las distintas variables que requiere una formulación estratégica



13

Conocer las herramientas de estudio para el análisis sectorial del videojuego, la posición competencial y el entorno económico

15

Considerar los elementos que componen la estructura del sector y la particular de la cadena de valor

16

Repasar los elementos de la cadena de valor de los videojuegos

18

Trabajar como son los perfiles profesionales del sector de los videojuegos y de los clubs profesionales de *eSports*

19

Desarrollar el diseño de un plan de Marketing digital

17

Aportar valor en aspectos como el comercio electrónico

20

Hacer hincapié en las disciplinas de captación de tráfico y audiencia para la distribución de los mensajes comerciales



06

Estructura y contenido

Esta titulación ha sido diseñada con base en la información más vanguardista y práctica, recomendada por el equipo docente. Los egresados encontrarán en su programa un contenido útil, novedoso y completo, el cual les aportará todo lo que necesitan para mejorar sus habilidades profesionales y, en consecuencia, alcanzar sus objetivos empresariales. Además, en el aula virtual encontrará material adicional en formato audiovisual, lecturas complementarias y casos prácticos con los que podrán ampliar sus conocimientos y continuar mejorando sus aptitudes directivas.



“

Un programa 100% online que te aportará una visión realista, fiable y actual del modelo de negocio de las empresas de videojuegos y al cual le sacarás el partido que necesitas para dirigir exitosamente tu propio proyecto”

Plan de estudios

El MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos de TECH Universidad Privada Peruano Alemana aporta a los alumnos, a través de su programa intensivo, los conceptos necesarios que les permitirá alcanzar sus objetivos profesionales y afrontar los retos que surgen del ámbito de la dirección empresarial, en ese caso, en proyectos dirigidos al sector de los videojuegos.

La titulación, distribuida en 15 módulos y en 1.500 horas lectivas, está compuesta no solo por un contenido teórico completo, actual y contrastado, sino que va acompañado de una variedad de material audiovisual. Entre este material destacan los casos prácticos, con los cuales los egresados podrán aplicar los conocimientos aprendidos y desarrollarán una capacidad crítica basada en su propia

experiencia personal y académica.

Además, dispondrán de la totalidad de la programación desde el inicio del curso, lo cual le permitirá organizar su tiempo de estudio con base en su disponibilidad personal y laboral. Una titulación pensada para profesionales en activo y enfocada a mejorar sus aptitudes y competencias. En definitiva, un programa con el que alcanzar la excelencia en el ámbito de la Dirección de Empresas de Videojuegos.

Este MBA Dirección de Empresas de Videojuegos se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 15 módulos:

Módulo 1	Estrategia en empresas digitales y videojuegos
Módulo 2	Dirección de Empresas de Videojuegos
Módulo 3	Marketing digital y transformación digital del videojuego
Módulo 4	Creación de Empresas de Videojuegos
Módulo 5	Gestión de proyectos
Módulo 6	Innovación
Módulo 7	Gestión financiera
Módulo 8	Dirección comercial
Módulo 9	Gestión de eSports
Módulo 10	Liderazgo y gestión del talento
Módulo 11	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 12	Dirección de Personas y Gestión del Talento
Módulo 13	Dirección Económico-Financiera
Módulo 14	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
Módulo 15	Management Directivo

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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



Módulo 1. Estrategia en empresas digitales y videojuegos

1.1. Empresas digitales y videojuegos	1.2. El proceso estratégico	1.3. Análisis estratégico	1.4. Análisis sectorial del videojuego
1.1.1. Componentes de la estrategia	1.2.1. Análisis estratégico	1.3.1. Interno	1.4.1. Modelo de las 5 fuerzas de Porter
1.1.2. Ecosistema digital y del videojuego	1.2.2. Selección de alternativas estratégicas	1.3.2. Externo	1.4.2. Análisis PESTEL
1.1.3. Posicionamiento estratégico	1.2.3. Implantación de la estrategia	1.3.3. Matriz DAFO y CAME	1.4.3. Segmentación sectorial
1.5. Análisis posición competencial	1.6. Análisis del entorno económico	1.7. Dirección estratégica	1.8. Formular la Estrategia
1.5.1. Crear y monetizar el valor estratégico	1.6.1. Globalización e Internacionalización	1.7.1. Un marco para el análisis de la estrategia	1.8.1. Estrategias corporativas
1.5.2. La búsqueda de Nicho vs. La segmentación del mercado	1.6.2. La inversión y el ahorro	1.7.2. El análisis del entorno sectorial, recursos y capacidades	1.8.2. Estrategias genéricas
1.5.3. La sustentabilidad del posicionamiento competitivo	1.6.3. Indicadores de producción, productividad y empleo	1.7.3. Puesta en práctica de la estrategia	1.8.3. Estrategias de cliente
1.9. Implementación de la Estrategia	1.10. Los nuevos negocios estratégicos		
1.9.1. Planificación Estratégica	1.10.1. Los océanos azules		
1.9.2. Comunicación y esquema de participación de la organización	1.10.2. El agotamiento de la mejora incremental en la curva de valor		
1.9.3. Gestión del cambio	1.10.3. Negocios de costo marginal cero		

Módulo 2. Dirección de Empresas de Videojuegos

2.1. Sector y cadena de valor	2.2. Los desarrolladores de Videojuegos	2.3. Fabricantes de consolas	2.4. Publishers
2.1.1. El valor en el sector del entretenimiento	2.2.1. La propuesta conceptual	2.3.1. Componentes	2.4.1. Selección
2.1.2. Elementos de la cadena de valor	2.2.2. Diseño creativo y argumento del videojuego	2.3.2. Tipología y fabricantes	2.4.2. Gestión del desarrollo
2.1.3. Relación entre cada uno de los elementos de la cadena de valor	2.2.3. Tecnologías aplicables al desarrollo del videojuego	2.3.3. Generación de consolas	2.4.3. Generación de productos y servicios
2.5. Distribuidores	2.6. Minoristas	2.7. Fabricantes de accesorios	2.8. Desarrolladores de Middleware
2.5.1. Acuerdos con distribuidores	2.6.1. Minoristas	2.7.1. Accesorios para el <i>Gaming</i>	2.8.1. <i>Middleware</i> en la industria de los videojuegos
2.5.2. Modelos de distribución	2.6.2. Orientación y vinculación con el consumidor	2.7.2. Mercado	2.8.2. Desarrollo <i>Middleware</i>
2.5.3. La logística de distribución	2.6.3. Servicios de asesoramiento	2.7.3. Tendencias	2.8.3. <i>Middleware</i> : tipología
2.9. Perfiles profesionales del sector de los Videojuegos	2.10. Los clubs profesionales de eSports		
2.9.1. <i>Game Designers</i> y programadores	2.10.1. El área administrativa		
2.9.2. Modeladores y texturizadores	2.10.2. El área deportiva		
2.9.3. Animadores e ilustradores	2.10.3. El área de comunicación		

Módulo 3. Marketing digital y transformación digital del videojuego
3.1. Estrategia en Marketing digital

- 3.1.1. *Customer Centric*
- 3.1.2. *Customer Journey* y *Funnel* de Marketing
- 3.1.3. Diseño y creación de un plan de Marketing digital

3.2. Activos digitales

- 3.2.1. Arquitectura y diseño web
- 3.2.2. Experiencia usuario-CX
- 3.2.3. *Mobile Marketing*

3.3. Medios digitales

- 3.3.1. Estrategia y planificación de medios
- 3.3.2. *Display* y programática publicitaria
- 3.3.3. Digital TV

3.4. Search

- 3.4.1. Desarrollo y aplicación de una estrategia *Search*
- 3.4.2. SEO
- 3.4.3. SEM

3.5. Social Media

- 3.5.1. Diseño, planificación y analítica en una estrategia de *Social Media*
- 3.5.2. Técnicas de Marketing en redes sociales horizontales
- 3.5.3. Técnicas de Marketing en redes sociales verticales

3.6. Inbound Marketing

- 3.6.1. *Funnel* del Inbound Marketing
- 3.6.2. Generación de *Content Marketing*
- 3.6.3. Captación y gestión de *Leads*

3.7. Account Based Marketing

- 3.7.1. Estrategia de Marketing B2B
- 3.7.2. Decisión *Maker* y mapa de contactos
- 3.7.3. Plan de *Account Based Marketing*

3.8. Email Marketing y Landing Pages

- 3.8.1. Características del Email Marketing
- 3.8.2. Creatividad y *Landing Pages*
- 3.8.3. Campañas y acciones de Email Marketing

3.9. Automatización del Marketing

- 3.9.1. *Marketing Automation*
- 3.9.2. *Big Data* y AI aplicado al Marketing
- 3.9.3. Principales soluciones del Marketing *Automation*

3.10. Métricas, KPI y ROI

- 3.10.1. Principales métricas y KPI del Marketing digital
- 3.10.2. Soluciones y herramientas de medición
- 3.10.3. Cálculo y seguimiento del ROI

Módulo 4. Creación de Empresas de Videojuegos
4.1. Emprendimiento

- 4.1.1. Estrategia emprendedora
- 4.1.2. El Proyecto de emprendimiento
- 4.1.3. Metodologías ágiles de emprendimiento

4.2. Innovaciones tecnológicas en el Videojuego

- 4.2.1. Innovaciones en consolas y periféricos
- 4.2.2. Innovación en *Motion Capture* y *Live Dealer*
- 4.2.3. Innovación en gráficos y software

4.3. Plan de negocio

- 4.3.1. Segmentos y propuesta de valor
- 4.3.2. Procesos, recursos y alianzas claves
- 4.3.3. Relación cliente y canales de interacción

4.4. Inversión

- 4.4.1. Inversiones en la industria del Videojuego
- 4.4.2. Aspectos críticos para la captura de inversiones
- 4.4.3. Financiación *Startups*

4.5. Finanzas

- 4.5.1. Ingresos y eficiencias
- 4.5.2. Gastos operativos y de capital
- 4.5.3. La cuenta de resultados y el balance

4.6. Producción videojuegos

- 4.6.1. Herramientas de simulación de la producción
- 4.6.2. Gestión programada de la producción
- 4.6.3. Gestión del control de la producción

4.7. Gestión de operaciones

- 4.7.1. Diseño, localización y mantenimiento
- 4.7.2. Gestión de la calidad
- 4.7.3. Gestión de inventarios y de la cadena de suministros

4.8. Nuevos modelos de distribución online

- 4.8.1. Modelos de logística online
- 4.8.2. Entrega directa online y SaaS
- 4.8.3. *Dropshipping*

4.9. Sostenibilidad

- 4.9.1. Creación de valor sostenible
- 4.9.2. ASG (Ambientales, Sociales y de Gobierno)
- 4.9.3. Sostenibilidad en la estrategia

4.10. Aspectos jurídicos

- 4.10.1. Propiedad intelectual
- 4.10.2. Propiedad industrial
- 4.10.3. RGDP

Módulo 5. Gestión de proyectos

5.1. Ciclo de vida de un proyecto de Videojuegos

- 5.1.1. Fase conceptual y preproducción
- 5.1.2. Fase de producción y las fases finales
- 5.1.3. Fase postproducción

5.2. Proyectos de Videojuego

- 5.2.1. Géneros
- 5.2.2. *Serious Games*
- 5.2.3. Subgéneros y nuevos géneros

5.3. Arquitectura de un proyecto de Videojuegos

- 5.3.1. Arquitectura interna
- 5.3.2. Relación entre elementos
- 5.3.3. Visión holística del Videojuego

5.4. Los Videojuegos

- 5.4.1. Aspectos lúdicos en los Videojuegos
- 5.4.2. Diseño de Videojuegos
- 5.4.3. Gamificación

5.5. La técnica del Videojuego

- 5.5.1. Elementos internos
- 5.5.2. Motores de los Videojuegos
- 5.5.3. Influencia de la técnica y el Marketing en el Diseño

5.6. Concepción, lanzamiento y ejecución de proyectos

- 5.6.1. Desarrollo previo
- 5.6.2. Fases del desarrollo de Videojuegos
- 5.6.3. La involucración del consumidor en el desarrollo

5.7. Gestión de la organización de un proyecto de Videojuegos

- 5.7.1. Equipo de desarrollo y *Publishers*
- 5.7.2. Equipo de operaciones
- 5.7.3. Equipo de ventas y Marketing

5.8. Manuales para el desarrollo de videojuegos

- 5.8.1. Manual de diseño y técnica del Videojuego
- 5.8.2. Manual del desarrollador de Videojuegos
- 5.8.3. Manual de requerimientos y especificación técnicas

5.9. Publicación y Marketing de Videojuegos

- 5.9.1. Preparación *Kick Off* del Videojuego
- 5.9.2. Canales de comunicación digitales
- 5.9.3. *Delivery*, progreso y seguimiento del éxito

5.10. Metodologías ágiles aplicables a proyectos de videojuegos

- 5.10.1. *Design and Visual Thinking*
- 5.10.2. *Lean Startup*
- 5.10.3. *Scrum Development and Sales*

Módulo 6. Innovación

6.1. Estrategia e innovación

- 6.1.1. Innovación en Videojuegos
- 6.1.2. Gestión de la innovación en Videojuegos
- 6.1.3. Modelos de innovación

6.2. Talento innovador

- 6.2.1. La implantación de la cultura de la innovación en las organizaciones
- 6.2.2. Talento
- 6.2.3. Mapa de cultura de la innovación

6.3. La Dirección y gestión del talento en la economía digital

- 6.3.1. Ciclo de vida del talento
- 6.3.2. Captación-condicionantes generacionales
- 6.3.3. Retención: *Engagement*, fidelización, evangelistas

6.4. Modelos de negocio en la innovación de Videojuegos

- 6.4.1. La innovación en los modelos de negocio
- 6.4.2. Herramientas de innovación en el negocio
- 6.4.3. *Business Model Navigator*

6.5. Dirección de proyectos de innovación

- 6.5.1. Cliente y Proceso de innovación
- 6.5.2. Diseño de la propuesta de valor
- 6.5.3. Organizaciones exponenciales

6.6. Metodologías ágiles en innovación

- 6.6.1. Metodología *Design Thinking* y *Lean Startup*
- 6.6.2. Modelos ágiles de dirección de proyectos: *Kanban* y *Scrum*
- 6.6.3. *Lean Canvas*

6.7. Gestión de validación de la innovación

- 6.7.1. Prototipado (PMV)
- 6.7.2. Validación del cliente
- 6.7.3. Pivotar o preservar

6.8. Innovación en procesos

- 6.8.1. Oportunidades de innovación en procesos
- 6.8.2. *Time-to-Market*, reducción de tareas de no valor y eliminación de defectos
- 6.8.3. Herramientas metodológicas para la innovación en procesos

6.9. Tecnología disruptivas

- 6.9.1. Tecnologías de hibridación físico-digital
- 6.9.2. Tecnologías en comunicación y tratamiento de datos
- 6.9.3. Tecnologías de aplicación en gestión

6.10. El retorno de la inversión en innovación

- 6.10.1. Estrategias de monetización de datos y activos de innovación
- 6.10.2. El ROI de la innovación. Enfoque general
- 6.10.3. Embudos

Módulo 7. Gestión financiera

7.1. Contabilidad

- 7.1.1. Contabilidad
- 7.1.2. Las cuentas anuales y otros informes
- 7.1.3. Inmovilizado material, inversiones inmobiliarias e inmovilizado intangible

7.2. Gestión financiera

- 7.2.1. Instrumentos financieros
- 7.2.2. Finanzas corporativas y administración financiera
- 7.2.3. Finanzas para emprendedores

7.3. Análisis de estados financieros

- 7.3.1. Análisis de los estados financieros
- 7.3.2. Análisis de la liquidez y la solvencia
- 7.3.3. Gestión de tesorería

7.4. Operaciones financieras

- 7.4.1. Operaciones financieras
- 7.4.2. Gestión de la inversión
- 7.4.3. Criterios de elección de inversiones ciertas

7.5. El sistema financiero

- 7.5.1. El sistema financiero
- 7.5.2. Estructura y funcionamiento del sistema financiero
- 7.5.3. El mercado de valores

7.6. Control de gestión

- 7.6.1. Control de gestión
- 7.6.2. Centros de responsabilidad
- 7.6.3. Sistemas de costes

7.7. Control presupuestario

- 7.7.1. El proceso presupuestario
- 7.7.2. Organización y gestión presupuestaria
- 7.7.3. Control presupuestario

7.8. Gestión de tesorería

- 7.8.1. *Cash Management* y el presupuesto de tesorería
- 7.8.2. Cobros de las operaciones comerciales
- 7.8.3. Pago de las operaciones comerciales

7.9. Financiación de empresas

- 7.9.1. Ventajas, inconvenientes e implicaciones de la deuda
- 7.9.2. Elección de la estructura de capital en la empresa
- 7.9.3. Cambios en la estructura de capital

7.10. Valoración de empresas

- 7.10.1. Métodos contables y valor de negocio
- 7.10.2. Activos y deuda
- 7.10.3. Diagnóstico de valoración de empresas y presentación a inversores

Módulo 8. Dirección comercial

8.1. Modelos de organización comercial

- 8.1.1. El departamento comercial
- 8.1.2. Herramientas del Departamento Comercial
- 8.1.3. La fuerza de ventas

8.2. Objetivos comerciales

- 8.2.1. Planificación comercial
- 8.2.2. Previsiones y presupuestos
- 8.2.3. Presupuesto comercial

8.3. Previsión comercial

- 8.3.1. Rentabilidad del departamento comercial
- 8.3.2. Previsión de ventas
- 8.3.3. Control de la actividad comercial

8.4. Nuevos modelos relacionales

- 8.4.1. La comercialización en los nuevos modelos de negocio
- 8.4.2. La personalización como principal *Driver* de la relación con los clientes
- 8.4.3. El desarrollo de la experiencia del cliente

8.5. La venta consultiva

- 8.5.1. Psicología de la venta
- 8.5.2. La comunicación persuasiva
- 8.5.3. Introducción y evolución de los métodos de venta

8.6. Modalidades de venta

- 8.6.1. La venta *Retail* o B2C
- 8.6.2. La venta externa B2B
- 8.6.3. La venta online

8.7. Digital Social Selling

- 8.7.1. *Social Selling*
- 8.7.2. La actitud social: crear red de contactos
- 8.7.3. Proceso de captación de un nuevo cliente utilizando *Social Media*

8.8. Metodologías de Digital Sales

- 8.8.1. Principales metodologías ágiles en el *Digital Sales*
- 8.8.2. *Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling, etc.*
- 8.8.3. *Inbound Sales B2B y Account Based Marketing*

8.9. El soporte del Marketing en el área comercial

- 8.9.1. Gestión del Marketing
- 8.9.2. El valor del Marketing digital (B2C/B2B)
- 8.9.3. Gestión del Marketing *Mix* en el área comercial

8.10. Organización y planificación del trabajo del vendedor

- 8.10.1. Zonas y rutas de venta
- 8.10.2. Gestión del tiempo y dirección de reuniones
- 8.10.3. Análisis y toma de decisiones

Módulo 9. Gestión de eSports

9.1. La industria del eSports

- 9.1.1. *ESports*
- 9.1.2. Actores de la Industria del eSports
- 9.1.3. El modelo de negocio y el mercado del eSports

9.2. La gestión de los clubes de eSports

- 9.2.1. La importancia de los clubes en eSports
- 9.2.2. Creación de clubes
- 9.2.3. Administración y gestión de los clubes de eSports

9.3. La relación eGamers

- 9.3.1. El rol del jugador
- 9.3.2. Habilidades y competencias del jugador
- 9.3.3. Jugadores como embajadores de marca

9.4. Las competiciones y los eventos

- 9.4.1. El *Delivery* en eSports: competiciones y eventos
- 9.4.2. La gestión del evento y los campeonatos
- 9.4.3. Los principales campeonatos locales, regionales, nacionales y globales

9.5. La gestión del patrocinio en los eSports

- 9.5.1. La gestión del patrocinio en eSports
- 9.5.2. Tipos de patrocinios en eSports
- 9.5.3. El acuerdo de patrocinio eSports

9.6. La gestión de la publicidad en el eSports

- 9.6.1. *Advergaming*: nuevo formato publicitario
- 9.6.2. El *Branded Content* en eSports
- 9.6.3. Los e-Sports como estrategia comunicativa

9.7. El Marketing en la gestión del eSports

- 9.7.1. La gestión del *Owned Media*
- 9.7.2. La gestión del *Paid Media*
- 9.7.3. Especial foco en el *Social Media*

9.8. Influencer Marketing

- 9.8.1. *Marketing influencer*
- 9.8.2. La gestión de audiencia y su impacto en eSports
- 9.8.3. Modelos de negocio en el *Influencer Marketing*

9.9. Merchant

- 9.9.1. La venta de servicios y productos asociados
- 9.9.2. El *Merchandising*
- 9.9.3. El comercio electrónico y los *Market Places*

9.10. Métricas y KPI del eSports

- 9.10.1. Métricas
- 9.10.2. Los KPI de progreso y de éxito
- 9.10.3. Mapa estratégico de objetivos e indicadores

Módulo 10. Liderazgo y gestión del talento

10.1. Empresa, organización y recursos humanos

- 10.1.1. Organización y estructura organizacional
- 10.1.2. La dirección estratégica
- 10.1.3. Análisis y organización del trabajo

10.2. La gestión de recursos humanos en la empresa

- 10.2.1. La Organización en los recursos humanos
- 10.2.2. Canales de reclutamiento
- 10.2.3. Candidaturas en el sector de los Videojuegos

10.3. Liderazgo personal y profesional

- 10.3.1. Líderes y procesos de liderazgos
- 10.3.2. La autoridad de la comunicación
- 10.3.3. Negociación con el éxito y el fracaso

10.4. Gestión del conocimiento y gestión del talento

- 10.4.1. Gestión estratégica del talento
- 10.4.2. Tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos
- 10.4.3. Modelos de innovación en recursos humanos

10.5. La gestión del conocimiento como clave en el crecimiento de la empresa

- 10.5.1. Objetivos generales de la gestión del conocimiento
- 10.5.2. Estructura de los sistemas de gestión del conocimiento y flujos
- 10.5.3. Procesos en la gestión del conocimiento

10.6. Coaching y Mentoring

- 10.6.1. PNL
- 10.6.2. *Coaching y Mentoring*
- 10.6.3. Procesos

10.7. Nuevas formas de liderazgo en entornos VUCA

- 10.7.1. Gestión individual del cambio
- 10.7.2. Gestión del cambio organizativo
- 10.7.3. Herramientas

10.8. Gestión de la diversidad

- 10.8.1. La incorporación de las nuevas generaciones en el liderazgo
- 10.8.2. Liderazgo femenino
- 10.8.3. Gestión de la multiculturalidad

10.9. Líder coach

- 10.9.1. Las habilidades del Líder coach
- 10.9.2. *Feedback y Feedforward*
- 10.9.3. El reconocimiento

10.10. Adaptación a las nuevas tecnologías

- 10.10.1. Actitud
- 10.10.2. Conocimiento
- 10.10.3. Seguridad

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. Responsabilidad Social de la Empresa

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

11.7. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

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

11.8. Multinacionales y derechos humanos

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

11.9. Entorno legal y *Corporate Governance*

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

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

12.1. Dirección Estratégica de personas

- 12.1.1. Dirección Estratégica y Recursos Humanos
- 12.1.2. Dirección estratégica de personas

12.2. Gestión de recursos humanos por competencias

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

12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

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

12.4. Innovación en gestión del talento y las personas

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

12.5. Motivación

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

12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño

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

12.7. Gestión del cambio

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

12.8. Negociación y gestión de conflictos

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

12.9. Comunicación directiva

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

12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento

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

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

13.1. Entorno Económico

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

13.2. Sistemas de información y Business Intelligence

- 13.2.1. Fundamentos y clasificación
- 13.2.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 13.2.3. Elección de centro de costes y efecto

13.3. Dirección Financiera

- 13.3.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 13.3.2. El departamento financiero
- 13.3.3. Excedentes de tesorería
- 13.3.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 13.3.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

13.4. Planificación Financiera

- 13.4.1. Definición de la planificación financiera
- 13.4.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 13.4.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 13.4.4. El cuadro *Cash Flow*
- 13.4.5. El cuadro de circulante

13.5. Estrategia Financiera Corporativa

- 13.5.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 13.5.2. Productos financieros de financiación empresarial

13.6. Financiación Estratégica

- 13.6.1. La autofinanciación
- 13.6.2. Ampliación de fondos propios
- 13.6.3. Recursos Híbridos
- 13.6.4. Financiación a través de intermediarios

13.7. Análisis y resolución de casos/ problemas

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

14.1. Dirección comercial

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

14.2. Marketing

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

14.3. Gestión Estratégica del Marketing

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

14.4. Gestión de campañas digitales

- 14.4.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 14.4.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 14.4.3. Errores de las campañas de publicidad digital

14.5. Estrategia de ventas

- 14.5.1. Estrategia de ventas
- 14.5.2. Métodos de ventas

14.6. Comunicación Corporativa

- 14.6.1. Concepto
- 14.6.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 14.6.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 14.6.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 14.6.5. Elementos de la comunicación
- 14.6.6. Problemas de la comunicación
- 14.6.7. Escenarios de la comunicación

14.7. Comunicación y reputación digital

- 14.7.1. Reputación online
- 14.7.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 14.7.3. Herramientas de reputación online
- 14.7.4. Informe de reputación online
- 14.7.5. *Branding* online

Módulo 15. Management Directivo

15.1. General Management

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

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

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

15.3. Oratoria y formación de portavoces

- 15.3.1. Comunicación interpersonal
- 15.3.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 15.3.3. Barreras en la comunicación

15.4. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

- 15.4.1. La comunicación interpersonal
- 15.4.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 15.4.3. La comunicación en la organización
- 15.4.4. Herramientas en la organización

15.5. Comunicación en situaciones de crisis

- 15.5.1. Crisis
- 15.5.2. Fases de la crisis
- 15.5.3. Mensajes: contenidos y momentos

15.6. Preparación de un plan de crisis

- 15.6.1. Análisis de posibles problemas
- 15.6.2. Planificación
- 15.6.3. Adecuación del personal

15.7. Inteligencia emocional

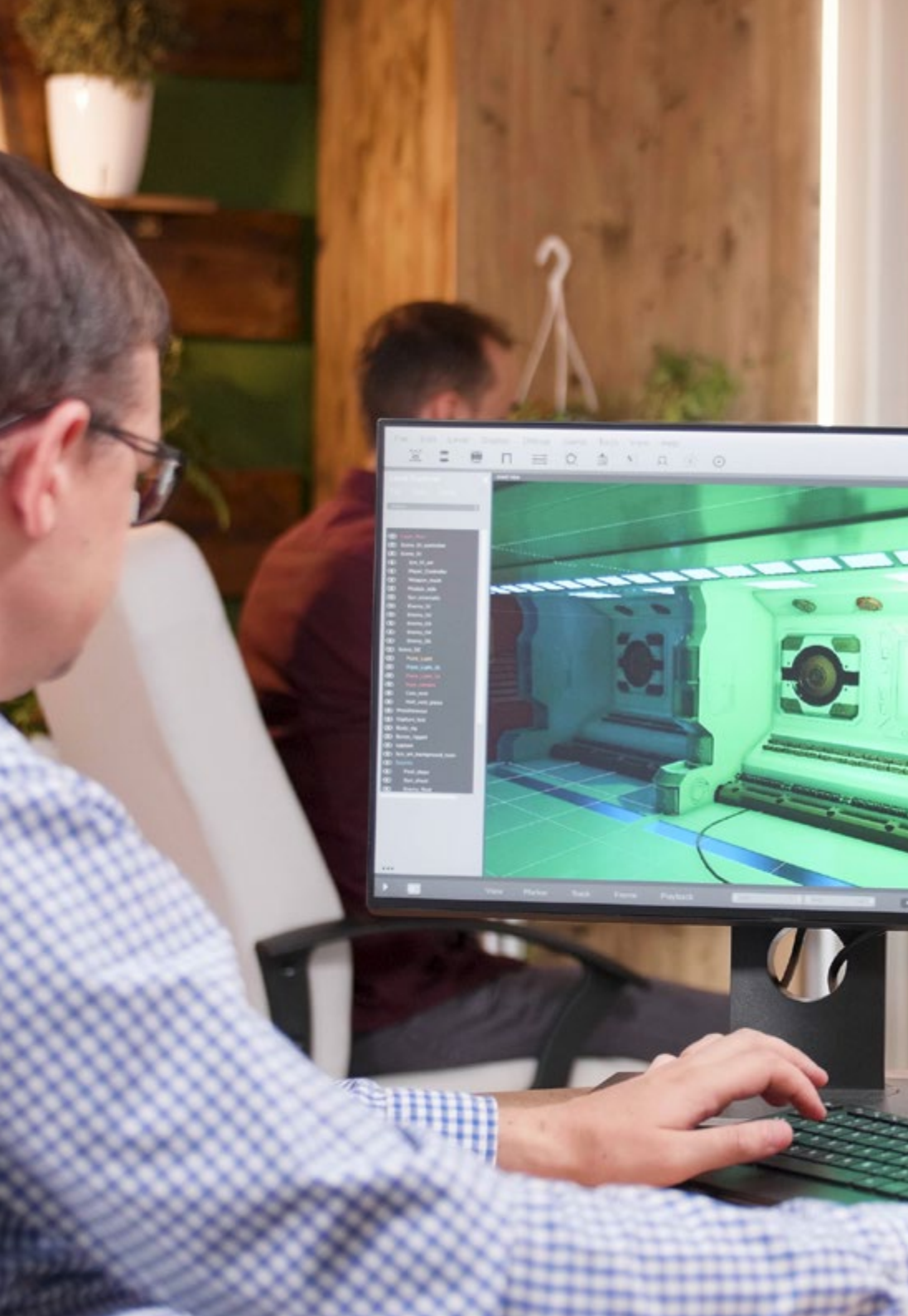
- 15.7.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 15.7.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 15.7.3. Autoestima y comunicación emocional

15.8. Branding Personal

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

15.9. Liderazgo y gestión de equipos

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



“

Toda la información que necesitas para alcanzar la excelencia profesional recogida en un único programa”

07

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



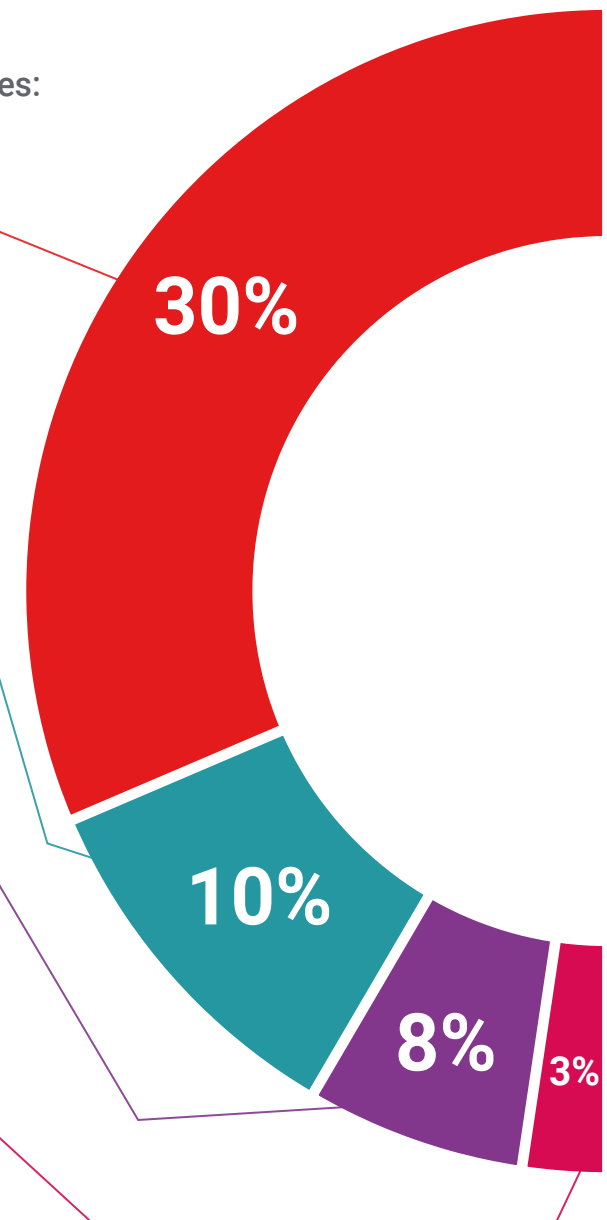
Prácticas de habilidades directivas

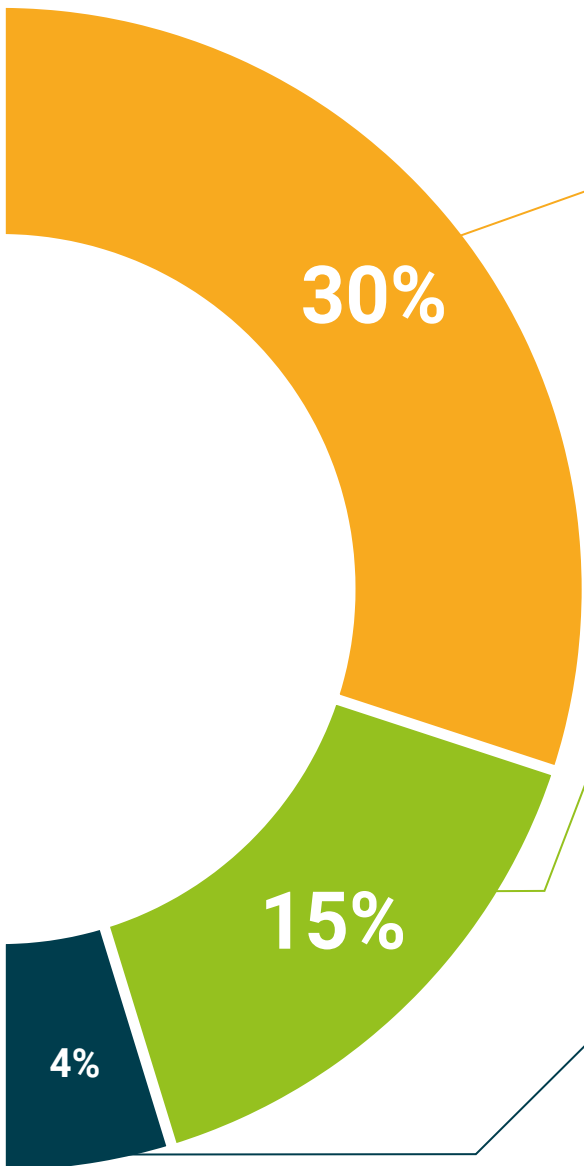
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil de nuestros alumnos

Este programa está enfocado a todas aquellas personas que provengan del mundo empresarial y que buscan mejorar sus capacidades directivas y aprender las técnicas y estrategias necesarias para desarrollar exitosamente una empresa de videojuegos. Es por ello que los alumnos de esta titulación se describen como personas emprendedoras, con amplias cualidades profesionales, pero dispuestas a invertir el tiempo en mejorar sus habilidades laborales.





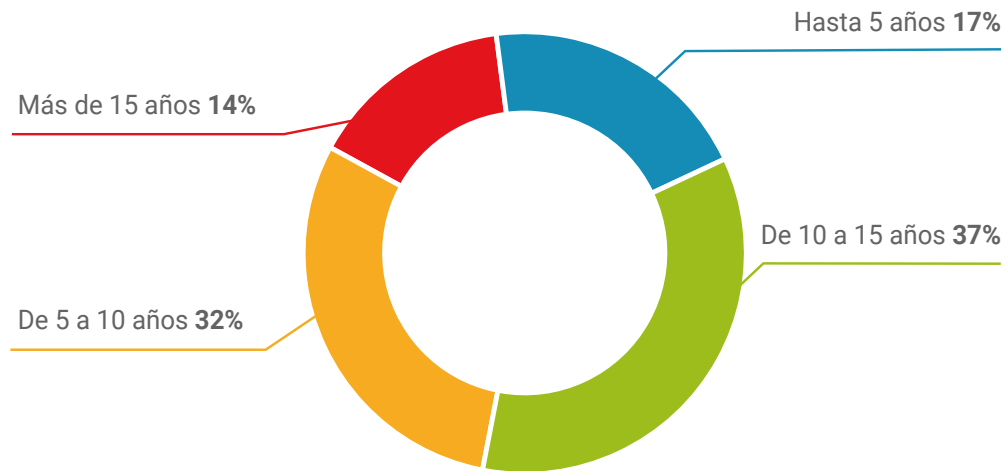
“

Este Máster Título Propio da respuesta a tu ambición de continuar mejorando tu futuro profesional”

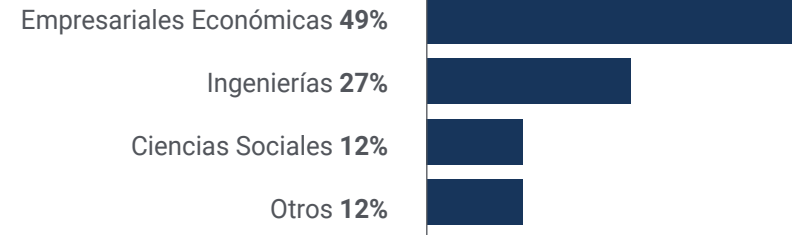
Edad media

Entre **35** y **45** años

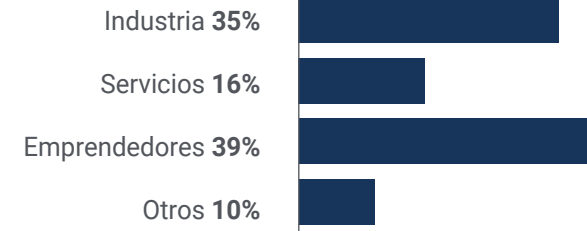
Años de experiencia



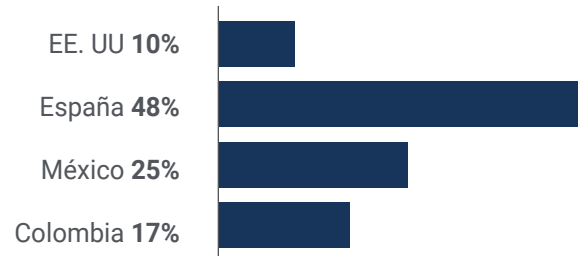
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Roberto González

COO-Responsable Operativo

“Llevaba años queriendo crear mi propia empresa de videojuegos, pero sentía que no estaba preparado. Este programa no solo me ha aportado los conocimientos para emprender por mi propia cuenta, sino la confianza para poder hacerlo. Además, destaco el gran apoyo del equipo docente, que en todo momento estuvo disponible para guiarme”

09

Dirección del curso

La docencia de este Máster Título Propio en MBA Dirección de Empresas de Videojuegos corre a cargo de un equipo con amplia experiencia en el sector de la dirección y la coordinación operacional de empresas. Su bagaje profesional aporta a la titulación un carácter práctico y realista, lo que le permitirá al alumno aprender las competencias y habilidades necesarias para dirigir con éxito un negocio de la mano de expertos.





“

Un profesorado de calidad para capacitar a profesionales que buscan la excelencia académica y profesional”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Nyquist, Eric

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



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

Dirección



D. Sánchez Mateos, Daniel

- ♦ Productor de Videojuegos y Aplicaciones Multidispositivo
- ♦ Director de Operaciones y Desarrollo de Negocio e I+D en Gamera Nest
- ♦ Director del Programa PS Talents en PlayStation Iberia
- ♦ Socio/Director de Producción, Marketing y Operaciones en ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.)
- ♦ Socio/Director de Producción y Operaciones/Diseñador de productos en DIGITAL JOKERS /MAYHEM PROJECT
- ♦ Dirección online en Departamento de Marketing en AURUM PRODUCCIONES
- ♦ Miembro del Departamento de Diseño y Licencias en LA FACTORÍA DE IDEAS
- ♦ Asistente de Operaciones en DISTRIMAGEN SL., Madrid (España)
- ♦ Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Máster Oficial Dirección, Marketing y Comunicación en la Universidad Camilo José Cela, Madrid
- ♦ Master de Producción de Televisión por IMEFE en colaboración con la Unión Europea

Profesores

D. Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael

- CEO y Fundador de Fluzo Studios
- Director Comercial y de Financiación Proyectos I+D en Kaudal
- CEO en Reta al Alzheimer
- CEO en Pyxel Arts
- Director de Productos y Servicios en Arquimea Ingeniería
- Key Account Manager en Cota Soluciones
- Director de Calidad de Software en Recreativos Franco Gaming
- Jefe Nacional de IT en Credit Agricole Cheuvreux
- Gestor proyectos ADSL & Consultor Implantaciones en Telefónica España
- Técnico de Redes y Telefonía en Universidad Carlos III Madrid
- Ingeniero Técnico Industrial: Electrónica Industrial por la Universidad Carlos III Madrid
- Máster in Business Strategy and Corp. Communications en Universidad Rey Juan Carlos I
- Master en Inteligencia Artificial e Innovación por FOUNDERZ
- International Master in Business Administration por LUIS BUSINESS SCHOOL

D. Ochoa Fernández, Carlos J.

- Especialista en Innovación Tecnológica, Marketing Digital y Emprendimiento
- Fundador y CEO de ONE Digital Consulting
- Directivo y Asesor en empresas como SIEMENS, Sagentia, Altran y Epron
- Evaluador Experto de la Comisión Europea
- Evaluador Independiente de Alberta Innovates (Canadá)
- Mentor de la Swiss National Science Foundation (SNSF)
- Ingeniero por la Universidad Politécnica de Madrid
- MBA Internacional en Emprendimiento en el Babson College

- Presidente del capítulo de Madrid/España de la Asociación VR/AR
- Co-presidente del Comité de Educación VR/AR
- Miembro de: Immersive Learning, Grupo ICICLE X-Reality para Aprendizaje y Mejora del Rendimiento y Foro de Estándares del Metaverso

D. García Fernández, Juan Carlos

- Diseñador y Productor de Videojuegos
- Productor de Videojuegos en PlayStation Talents
- QA Tester de Juegos Electrónicos en PlayStation Talents
- Grado de Diseño y desarrollo de Videojuegos por la Universidad UDIT Formación Académica

D. Montero García, José Carlos

- Fundador y Director Creativo en Red Mountain Games
- Representante Internacional de PlayStation Talents
- Director Creativo y Fundador de TRT Labs, Berlín
- Ganador del Premio ITB Berlín, gracias al proyecto TimeRiftTours
- Artista 3D en Telvent Global Services
- Artista 3D en Matchmind
- Artista 3D en Nectar Estudio
- Grado Superior en Análisis y Control por el Instituto Politécnico Monte de Conxo, Santiago de Compostela
- Máster CGMasterAcademy on Game Design with Naughty Dog's Emilia Schatz
- Máster CGMasterAcademy on Character Creation for Games with Epic Games
- Máster en Imagen 3D, Animación y Tecnología Interactiva, Trazos
- Máster en Renderizado con Vray para Infoarquitectura
- Máster en Animación y Edición no Lineal en CICE Escuela de Nuevas Tecnologías

10

Impacto para tu carrera

A pesar de que la situación financiera actual ha dificultado las opciones académicas de muchos estudiantes, esta titulación es una oportunidad de invertir en calidad y garantía de futuro. El programa que ofrece TECH aportará a la carrera profesional de los egresados un plus que les permitirá, no solo ampliar sus posibilidades laborales con un currículo más completo, sino que les aportará las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar exitosamente cualquier proyecto directivo que se proponga.



“

Con este programa lograrás implementar las técnicas más efectivas y novedosas a tu estrategia de negocio, lo que te permitirá triunfar como director”

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

El MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos de TECH es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la dirección empresarial de videojuegos. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

Si quieren superarse a si mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, TECH es el sitio.

Aprovecha esta oportunidad de aprender de expertos en la dirección de empresas, de su experiencia, sus errores y sus estrategias de éxito.

La mejora profesional ligada a la superación de esta titulación proporcionará a tus ingresos salariales un incremento exponencial.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **24,5%**



11

Beneficios para tu empresa

Este Máster Título Propio aporta a los alumnos las claves para desarrollar exitosamente una estrategia directiva efectiva, lo que se traduce en un modelo de negocio guiado por un profesionales altamente cualificados y preparados para llevarlos hacia el éxito. En este sentido, la empresa conocerá nuevas oportunidades de negocio que les permitirá ampliar su capital e invertir con mayor seguridad y garantía en herramientas y técnicas a la vanguardia del sector empresarial de los videojuegos.



“

La industria de los videojuegos continúa creciendo, ¿te gustaría que también lo hiciera tu empresa? Matricúlate ahora y empieza el camino que elevará tu modelo de negocio a la cima”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

Los profesionales aportarán a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con los profesionales y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

Los profesionales pueden trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o desarrollo de negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad.



“

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



Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

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

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

