

Máster Título Propio

MBA en Dirección Técnica de Data
Science en la Empresa

M B A D T D S E



Máster Título Propio

MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: profesionales que deseen actualizar conocimientos relativos a tecnologías informáticas avanzadas y de vanguardia, con el objetivo de ampliar sus competencias

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-tecnica-data-science-empresa

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 24

07

Metodología de estudio

pág. 40

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 50

09

Dirección del curso

pág. 54

10

Impacto para tu carrera

pág. 76

11

Beneficios para tu empresa

pág. 80

12

Titulación

pág. 84

01 Bienvenida

En la actualidad muchas de las herramientas, plataformas o tecnologías de vanguardia se convierten en elementos obsoletos con reducida aplicabilidad en el entorno empresarial. Sin ninguna duda, se trata de un proceso imparabile y en constante evolución, máximo exponente de la revolución tecnológica actual, que obliga a los profesionales de las tecnologías de la información a una permanente especialización.

Su programa docente resulta único por la cuidada selección de tecnologías, incluyendo las de más reciente incorporación y demandas en el ámbito empresarial. Además, la incorporación de módulos específicos para la mejora de la visión empresarial y la gestión de equipos multidisciplinares, hacen del MBA un programa diferente y capaz de cubrir buena parte de las necesidades educativas de cualquier profesional que desee posicionarse como un referente del conocimiento teórico y práctico de las tecnologías más actuales.



MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa
TECH Universidad



“

Triunfa de la mano de los mejores y adquiere los conocimientos y competencias necesarias para embarcarte en el sector de las tecnologías avanzadas”

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 para afianzar las capacidades del alumno en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que le serán imprescindibles en su desarrollo profesional. Tras el programa, será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



“

Uno de nuestros objetivos fundamentales es ayudarte a desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos

Trabajan conjuntamente para conseguirlos

El MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa capacitará al alumno para:

01

Analizar los sistemas ERP y CRM, aportación y beneficios

04

Establecer el marco normativo relacionado con el manejo de los datos

02

Diseñar y seleccionar la herramienta ERP o CRM idóneas para cada empresa



03

Desarrollar cada una de las etapas del ciclo de vida de los datos

05

Examinar el proceso de minería de datos

06

Analizar una plataforma web y optimizar su funcionamiento

08

Analizar el marco normativo de protección de datos y sus relaciones con la futura regulación de sistemas basados en inteligencia artificial

09

Desarrollar conocimiento especializado sobre los sistemas mantenibles, escalables y confiables

07

Evaluar las sesiones y el tráfico a fin de conocer mejor a la audiencia

10

Analizar los diferentes modelos de datos y su impacto en aplicaciones



11

Analizar los modelos clásicos de sistemas e identificar las deficiencias para su uso en aplicaciones distribuidas

14

Desarrollar la Arquitectura de referencia y *Framework* tecnológico del IoT

12

Examinar el paradigma de computación distribuido y establecer el modelo de microservicio



13

Generar conocimiento especializado en IoT

15

Analizar el concepto de metodología *Agile* para la Gestión de Proyectos y desarrollar los elementos y procesos del *Framework* SCRUM

16

Examinar y desarrollar los elementos del método KANBAN para la Gestión de Proyectos

18

Identificar las oportunidades de mejora a través de la atención plena



19

Presentar un modelo de empresa basado en fluir con el cambio y la incertidumbre en lugar de “romperse” oponiendo resistencias

17

Fundamentar la diferenciación de nuestra empresa en los recursos intangibles

20

Dinamizar la empresa utilizando la gestión de las emociones como vía de éxito

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora.





“

Este programa te permitirá adquirir las competencias necesarias para lograr el éxito en la planificación y dirección turística”

01

Especializarse en los sistemas de información más habituales

02

Utilizar algoritmos, herramientas y plataformas para aplicar técnicas de aprendizaje automático

03

Conocer las principales normativas relativas a la gestión y protección de datos empresariales

04

Manejar las arquitecturas específicas para el tratamiento de información de alto volumen para su explotación empresarial

05

Hacer uso las principales tecnologías relativas a IoT y a su aplicabilidad en entornos reales



06

Realizar procesos de analítica web para conocer mejor al potencial cliente, como herramienta clave para la dirección de acciones estratégicas

08

Responder a las necesidades actuales del área de las Tecnologías Informáticas Avanzadas

09

Desarrollar una estrategia comercial

07

Gestionar proyectos y personas de modo más eficaz

10

Generar conocimiento especializado para la toma de decisiones comerciales



06

Estructura y contenido

El MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa es un programa hecho a medida del alumno que se imparte en formato 100% online para que elija el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses. Una capacitación que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para tu éxito profesional.



“

Lo que estudias es muy importante. Las destrezas y competencias que adquieres es lo fundamental. No encontrarás un temario más completo que este, créenos”

Plan de estudios

El MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa de TECH Universidad es un programa intensivo que prepara al alumno para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la Dirección Técnica de Data Science en la Empresa.

El contenido del MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

El alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este MBA trata en profundidad el mundo de la informática en el ámbito empresarial, y está diseñado para capacitar a profesionales entiendan las Tecnologías Informáticas Avanzadas en la Empresa desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para el alumno, enfocado en su mejora profesional y que lo prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende las necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que le otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

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

- Módulo 1** Principales Sistemas de Gestión de Información
- Módulo 2** Tipos y Ciclo de Vida del Dato
- Módulo 3** Número-Aprendizaje Automático
- Módulo 4** Analítica Web
- Módulo 5** Normativas para Gestión de Datos
- Módulo 6** Sistemas Escalables y Confiables de Uso Masivo de Datos
- Módulo 7** Administración de Sistemas para Despliegues Distribuidos
- Módulo 8** Internet of Things
- Módulo 9** Gestión de Proyectos y Metodologías Agile
- Módulo 10** Comunicación, Liderazgo y Gestión de Equipos
- 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 a sus alumnos de desarrollar este MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrán acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que les 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. Principales Sistemas de Gestión de Información

1.1. ERP y CRM

- 1.1.1. El ERP
- 1.1.2. El CRM
- 1.1.3. Diferencias entre ERP, CRM. Punto de venta
- 1.1.4. Éxito empresarial

1.2. El ERP

- 1.2.1. El ERP
- 1.2.2. Tipos de ERP
- 1.2.3. Desarrollo de un proyecto de implantación de un ERP
- 1.2.4. ERP. Optimizador de recursos
- 1.2.5. Arquitectura de un sistema ERP

1.3. Información aportada por el ERP

- 1.3.1. Información aportada por el ERP
- 1.3.2. Ventajas e inconvenientes
- 1.3.3. La información

1.4. Sistemas ERP

- 1.4.1. Sistemas y herramientas actuales de ERP
- 1.4.2. Toma de decisiones
- 1.4.3. Día a día con un ERP

1.5. CRM: el proyecto de implantación

- 1.5.1. El CRM. Proyecto de implantación
- 1.5.2. El CRM como herramienta comercial
- 1.5.3. Estrategias para el sistema de información

1.6. CRM: Fidelización de clientes

- 1.6.1. Punto de partida
- 1.6.2. Vender o fidelizar
- 1.6.3. Factores de éxito en nuestro sistema de fidelización
- 1.6.4. Estrategias multicanal
- 1.6.5. Diseño de las acciones de fidelización
- 1.6.6. E-Fidelización

1.7. CRM: campañas de comunicación

- 1.7.1. Acciones y planes de comunicación
- 1.7.2. Importancia del cliente informado
- 1.7.3. La escucha al cliente

1.8. CRM: prevención de insatisfechos

- 1.8.1. Las bajas de cliente
- 1.8.2. Detección de errores a tiempo
- 1.8.3. Procesos de mejora
- 1.8.4. Recuperación del cliente insatisfecho

1.9. CRM: acciones especiales de comunicación

- 1.9.1. Objetivos y planificación de un evento en la empresa
- 1.9.2. Diseño y realización del evento
- 1.9.3. Acciones desde el departamento
- 1.9.4. Análisis de resultados

1.10. El Marketing relacional

- 1.10.1. Implantación. Errores
- 1.10.2. Metodología, segmentación y procesos
- 1.10.3. Actuación, según el departamento
- 1.10.4. Herramientas CRM

Módulo 2. Tipos y Ciclo de Vida del Dato

2.1. La Estadística 2.1.1. Estadística: estadística descriptiva, estadística inferencias 2.1.2. Población, muestra, individuo 2.1.3. Variables: definición, escalas de medida	2.2. Tipos de datos estadísticos 2.2.1. Según tipo 2.2.1.1. Cuantitativos: datos continuos y datos discretos 2.2.1.2. Cualitativos: datos binomiales, datos nominales y datos ordinales	2.2.2. Según su forma 2.2.2.1. Numérico 2.2.2.2. Texto 2.2.2.3. Lógico 2.2.3. Según su fuente 2.2.3.1. Primarios 2.2.3.2. Secundarios	2.3. Ciclo de vida de los datos 2.3.1. Etapas del ciclo 2.3.2. Hitos del ciclo 2.3.3. Principios FAIR
2.4. Etapas iniciales del ciclo 2.4.1. Definición de metas 2.4.2. Determinación de recursos necesarios 2.4.3. Diagrama de Gantt 2.4.4. Estructura de los datos	2.5. Recolección de datos 2.5.1. Metodología de recolección 2.5.2. Herramientas de recolección 2.5.3. Canales de recolección	2.6. Limpieza del dato 2.6.1. Fases de la limpieza de datos 2.6.2. Calidad del dato 2.6.3. Manipulación de datos (con R)	2.7. Análisis de datos, interpretación y valoración de resultados 2.7.1. Medidas estadísticas 2.7.2. Índices de relación 2.7.3. Minería de datos
2.8. Almacén del dato (Datawarehouse) 2.8.1. Elementos que lo integran 2.8.2. Diseño 2.8.3. Aspectos a considerar	2.9. Disponibilidad del dato 2.9.1. Acceso 2.9.2. Utilidad 2.9.3. Seguridad	2.10. Aspectos Normativos 2.10.1. Ley de protección de datos 2.10.2. Buenas prácticas 2.10.3. Otros aspectos normativos	

Módulo 3. Número-Aprendizaje Automático

3.1. El Conocimiento en Bases de Datos 3.1.1. Preprocesamiento de datos 3.1.2. Análisis 3.1.3. Interpretación y evaluación de los resultados	3.2. Machine Learning 3.2.1. Aprendizaje supervisado y no supervisado. 3.2.2. Aprendizaje por refuerzo 3.2.3. Aprendizaje semi-supervisado. Otros modelos de aprendizaje	3.3. Clasificación 3.3.1. Árboles de decisión y aprendizaje basado en reglas 3.3.2. Máquinas de Soporte Vectorial (SVM) y algoritmos de vecinos más cercanos (KNN) 3.3.3. Métricas para algoritmos de clasificación	3.4. Regresión 3.4.1. Regresión Lineal y regresión Logística 3.4.2. Modelos de regresión no lineales 3.4.3. Análisis de series temporales 3.4.4. Métricas para algoritmos de regresión
3.5. Clustering 3.5.1. Agrupamiento Jerárquico 3.5.2. Agrupamiento Particional 3.5.3. Métricas para algoritmos de Clustering	3.6. Reglas de Asociación 3.6.1. Medidas de interés 3.6.2. Métodos de extracción de reglas 3.6.3. Métricas para los algoritmos de reglas de asociación	3.7. Multiclasificadores 3.7.1. <i>Bootstrap aggregation o bagging</i> 3.7.2. Algoritmo de <i>Random Forests</i> 3.7.3. Algoritmo de <i>Boosting</i>	3.8. Modelos de razonamiento probabilístico 3.8.1. Razonamiento probabilístico 3.8.2. Redes bayesianas o redes de creencia 3.8.3. <i>Hidden Markov Models</i>
3.9. Perceptrón Multicapa 3.9.1. Red neuronal 3.9.2. Aprendizaje automático con redes neuronales 3.9.3. Descenso del gradiente, <i>backpropagation</i> y funciones de activación 3.9.4. Implementación de una red neuronal	artificial 3.10. Aprendizaje profundo 3.10.1. Redes Neuronales Profundas. Introducción 3.10.2. Redes Convolucionales 3.10.3. <i>Sequence Modeling</i> 3.10.4. <i>Tensorflow</i> y <i>Pytorch</i>		

Módulo 4. Analítica Web

4.1. Analítica web

- 4.1.1. Introducción
- 4.1.2. Evolución de la Analítica Web
- 4.1.3. Proceso de Análisis

4.2. Google Analytics

- 4.2.1. Google Analytics
- 4.2.2. Uso
- 4.2.3. Objetivos

4.3. Hits. Interacciones con el sitio web

- 4.3.1. Métricas Básicas
- 4.3.2. KPI (*Key Performance Indicators*)
- 4.3.3. Porcentajes de conversión adecuados

4.4. Dimensiones frecuentes

- 4.4.1. Fuente
- 4.4.2. Medio
- 4.4.3. *Keyword*
- 4.4.4. Campaña
- 4.4.5. Etiquetado personalizado

4.5. Configuración de Google Analytics

- 4.5.1. Instalación. Creación de la cuenta
- 4.5.2. Versiones de la herramienta: UA/GA4
- 4.5.3. Etiqueta de seguimiento
- 4.5.4. Objetivos de conversión

4.6. Organización de Google Analytics

- 4.6.1. Cuenta
- 4.6.2. Propiedad
- 4.6.3. Vista

4.7. Informes de Google Analytics

- 4.7.1. En tiempo real
- 4.7.2. Audiencia
- 4.7.3. Adquisición
- 4.7.4. Comportamiento
- 4.7.5. Conversiones
- 4.7.6. Comercio electrónico

4.8. Informes Avanzados de Google Analytics

- 4.8.1. Informes personalizados
- 4.8.2. Paneles
- 4.8.3. APIs

4.9. Filtros y Segmentos

- 4.9.1. Filtro
- 4.9.2. Segmento
- 4.9.3. Tipos de segmentos: predefinidos/personalizados
- 4.9.4. Listas de *Remarketing*

4.10. Plan de Analítica Digital

- 4.10.1. Medición
- 4.10.2. Implementación en el entorno tecnológico
- 4.10.3. Conclusiones

Módulo 5. Normativas para Gestión de Datos**5.1. Marco regulatorio**

- 5.1.1. Marco normativo y definiciones
- 5.1.2. Responsables, corresponsables y encargados de tratamiento
- 5.1.3. Próximo marco normativo en materia de inteligencia artificial

5.2. Principios relativos al tratamiento de datos personales

- 5.2.1. Licitud, lealtad y transparencia y limitación de la finalidad
- 5.2.2. Minimización de datos, exactitud y limitación del plazo de conservación
- 5.2.3. Integridad y confidencialidad
- 5.2.4. Responsabilidad proactiva

5.3. Legitimación y habilitación para el tratamiento

- 5.3.1. Bases de legitimación
- 5.3.2. Habilitaciones para el tratamiento de categorías especiales de datos
- 5.3.3. Comunicaciones de datos

5.4. Derechos de los individuos

- 5.4.1. Transparencia e información
- 5.4.2. Acceso
- 5.4.3. Rectificación y supresión (derecho al olvido), limitación y portabilidad
- 5.4.4. Oposición y decisiones individuales automatizadas
- 5.4.5. Límites a los derechos

5.5. Análisis y gestión de riesgos

- 5.5.1. Identificación de riesgos y amenazas para los derechos y libertades de las personas físicas
- 5.5.2. Evaluación de riesgos
- 5.5.3. Plan de tratamiento de riesgos

5.6. Medidas de responsabilidad proactiva

- 5.6.1. Identificación de técnicas para garantizar y acreditar cumplimiento
- 5.6.2. Medidas organizativas
- 5.6.3. Medidas técnicas
- 5.6.4. Gestión de violaciones de la seguridad de los datos personales
- 5.6.5. El Registro de actividades de tratamiento

5.7. La Evaluación de Impacto relativa a la protección de los datos personales (EIPD o DPIA)

- 5.7.1. Actividades que requieren EIPD
- 5.7.2. Metodología de evaluación
- 5.7.3. Identificación de riesgos, amenazas y consulta a la autoridad de control

5.8. Regulación contractual: responsables, encargados y otros sujetos

- 5.8.1. Contratos en materia de protección de datos
- 5.8.2. Atribución de responsabilidades
- 5.8.3. Contratos entre corresponsables

5.9. Transferencias internacionales de datos

- 5.9.1. Definición y garantías que deben adoptarse
- 5.9.2. Las cláusulas contractuales tipo
- 5.9.3. Otros instrumentos para regular transferencias

5.10. Infracciones y sanciones

- 5.10.1. Infracciones y sanciones
- 5.10.2. Criterios de graduación en materia sancionadora
- 5.10.3. El Delegado de Protección de Datos
- 5.10.4. Funciones de las autoridades de control

Módulo 6. Sistemas Escalables y Confiables de Uso Masivo de Datos

6.1. Escalabilidad, Confiabilidad y Mantenibilidad

- 6.1.1. Escalabilidad
- 6.1.2. Confiabilidad
- 6.1.3. Mantenibilidad

6.2. Modelos de datos

- 6.2.1. Evolución de los modelos de datos
- 6.2.2. Comparación del modelo relacional con el modelo NoSQL basado en documentos
- 6.2.3. Modelo de grafos

6.3. Motores de almacenamiento y recuperación de datos

- 6.3.1. Almacenamiento estructurado en log
- 6.3.2. Almacenamiento en tablas de segmentos
- 6.3.3. Árboles B

6.4. Servicios, paso de mensajes y formatos para codificar datos

- 6.4.1. Flujo de datos en servicios REST
- 6.4.2. Flujo de datos en paso de mensajes
- 6.4.3. Formatos de envío de mensajes

6.5. Replicación

- 6.5.1. Teorema CAP
- 6.5.2. Modelos de consistencia
- 6.5.3. Modelos de réplica con base en conceptos de líder y seguidores

6.6. Transacciones distribuidas

- 6.6.1. Operaciones atómicas
- 6.6.2. Transacciones distribuidas desde diferentes enfoques Calvin, Spanner
- 6.6.3. Serializabilidad

6.7. Particionado

- 6.7.1. Tipos de particionado
- 6.7.2. Índices en particiones
- 6.7.3. Rebalanceado de particiones

6.8. Procesamiento por lotes

- 6.8.1. El Procesamiento por lotes
- 6.8.2. *MapReduce*
- 6.8.3. Enfoques posteriores a *MapReduce*

6.9. Procesamiento de flujos de datos

- 6.9.1. Sistemas de mensajes
- 6.9.2. Persistencia de flujos de datos
- 6.9.3. Usos y operaciones con flujos de datos

6.10. Casos de uso. Twitter, Facebook, Uber

- 6.10.1. Twitter: el uso de caches
- 6.10.2. Facebook: modelos no relacionales
- 6.10.3. Uber: diferentes modelos para diferentes propósitos

Módulo 7. Administración de Sistemas para Despliegues Distribuidos

7.1. Administración clásica. El Modelo monolítico

- 7.1.1. Aplicaciones clásicas. Modelo monolítico
- 7.1.2. Requisitos de sistemas para aplicaciones monolíticas
- 7.1.3. La administración de sistemas monolíticos
- 7.1.4. Automatización

7.2. Aplicaciones distribuidas. El microservicio

- 7.2.1. Paradigma de computación distribuida
- 7.2.2. Modelos basados en microservicios
- 7.2.3. Requisitos de sistemas para modelos distribuidos
- 7.2.4. Aplicaciones monolíticas vs. aplicaciones distribuidas

7.3. Herramientas para la explotación de recursos

- 7.3.1. Gestión del "hierro"
- 7.3.2. Virtualización
- 7.3.3. Emulación
- 7.3.4. Paravirtualización

7.4. Modelos IaaS, PaaS y SaaS

- 7.4.1. Modelo IaaS
- 7.4.2. Modelo PaaS
- 7.4.3. Modelo SaaS
- 7.4.4. Patrones de diseño

7.5. Containerización

- 7.5.1. Virtualización con cgroups
- 7.5.2. Containers
- 7.5.3. De la aplicación al contenedor
- 7.5.4. Orquestación de contenedores

7.6. Clusterización

- 7.6.1. Alto rendimiento y alta disponibilidad
- 7.6.2. Modelos de alta disponibilidad
- 7.6.3. Clúster como plataforma SaaS
- 7.6.4. Securitización de clústers

7.7. Cloud computing

- 7.7.1. Clústers vs. clouds
- 7.7.2. Tipos de clouds
- 7.7.3. Modelos de servicio en cloud
- 7.7.4. Sobresuscripción

7.8. Monitorización y testing

- 7.8.1. Tipos de monitorización
- 7.8.2. Visualización
- 7.8.3. Tests de infraestructura
- 7.8.4. Ingeniería del caos

7.9. Caso de estudio: Kubernetes

- 7.9.1. Estructura
- 7.9.2. Administración
- 7.9.3. Despliegue de servicios
- 7.9.4. Desarrollo de servicios para K8S

7.10. Caso de estudio: OpenStack

- 7.10.1. Estructura
- 7.10.2. Administración
- 7.10.3. Despliegues
- 7.10.4. Desarrollo de servicios para OpenStack

Módulo 8. Internet of Things

8.1. Internet of Things (IoT)

- 8.1.1. Internet del futuro
- 8.1.2. *Internet of Things e Industrial Internet of Things*
- 8.1.3. El consorcio de internet industrial

8.2. Arquitectura de referencia

- 8.2.1. La Arquitectura de referencia
- 8.2.2. Capas y componentes

8.3. Dispositivos IoT

- 8.3.1. Clasificación
- 8.3.2. Componentes
- 8.3.3. Sensores y actuadores

8.4. Protocolos de comunicaciones

- 8.4.1. Clasificación
- 8.4.2. Modelo OSI
- 8.4.3. Tecnologías

8.5. Plataformas IoT e IIoT

- 8.5.1. La Plataforma IoT
- 8.5.2. Plataformas cloud de propósito general
- 8.5.3. Plataformas Industriales
- 8.5.4. Plataformas de código abierto

8.6. Gestión de datos en plataformas IoT

- 8.6.1. Mecanismos de gestión
- 8.6.2. Datos abiertos
- 8.6.3. Intercambio de datos
- 8.6.4. Visualización de datos

8.7. Seguridad en IoT

- 8.7.1. Requisitos de seguridad
- 8.7.2. Áreas de seguridad
- 8.7.3. Estrategias de seguridad
- 8.7.4. Seguridad en IIoT

8.8. Áreas de aplicación de sistemas IoT

- 8.8.1. Ciudades inteligentes
- 8.8.2. Salud y condición física
- 8.8.3. Hogar inteligente
- 8.8.4. Otras aplicaciones

8.9. Aplicación de IIoT a los distintos sectores industriales

- 8.9.1. Fabricación
- 8.9.2. Transporte
- 8.9.3. Energía
- 8.9.4. Agricultura y ganadería
- 8.9.5. Otros sectores

8.10. Integración del IIoT en el modelo de industria 4.0

- 8.10.1. IoRT (*Internet of Robotics Things*)
- 8.10.2. Fabricación aditiva 3D
- 8.10.3. *Big Data Analytics*

Módulo 9. Gestión de Proyectos y Metodologías Agile

9.1. Dirección y Gestión de Proyectos

- 9.1.1. El Proyecto
- 9.1.2. Fases de un Proyecto
- 9.1.3. Dirección y Gestión de Proyectos

9.2. Metodología PMI para la Gestión de Proyectos

- 9.2.1. PMI (*Project Management Institute*)
- 9.2.2. PMBOK
- 9.2.3. Diferencia entre proyecto, programa y portfolio de proyectos
- 9.2.4. Evolución de las organizaciones que trabajan con proyectos
- 9.2.5. Activos de los procesos en las organizaciones

9.3. Metodología PMI para la Gestión de Proyectos: procesos

- 9.3.1. Grupos de procesos
- 9.3.2. Áreas de conocimiento
- 9.3.3. Matriz de procesos

9.4. Metodologías Agile para la Gestión de Proyectos

- 9.4.1. Contexto VUCA (Volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad)
- 9.4.2. Valores *Agile*
- 9.4.3. Principios del manifiesto *Agile*

9.5. Framework Agile SCRUM para la Gestión de Proyectos

- 9.5.1. SCRUM
- 9.5.2. Los pilares de la metodología SCRUM
- 9.5.3. Los valores en SCRUM

9.6. Framework Agile SCRUM para la Gestión de Proyectos. Proceso

- 9.6.1. El proceso de SCRUM
- 9.6.2. Roles tipificados en un proceso SCRUM
- 9.6.3. Las ceremonias en SCRUM

9.7. Framework Agile SCRUM para la Gestión de Proyectos. Artefactos

- 9.7.1. Artefactos en un proceso SCRUM
- 9.7.2. El Equipo SCRUM
- 9.7.3. Métricas para evaluación del rendimiento de un equipo SCRUM

9.8. Framework Agile KANBAN para la Gestión de Proyectos. Método Kanban

- 9.8.1. Kanban
- 9.8.2. Beneficios de Kanban
- 9.8.3. Método Kanban. Elementos

9.9. Framework Agile KANBAN para la Gestión de Proyectos. Prácticas del Método Kanban

- 9.9.1. Los valores de Kanban
- 9.9.2. Principios del método Kanban
- 9.9.3. Prácticas generales del método Kanban
- 9.9.4. Métricas para evaluación del rendimiento de Kanban

9.10. Comparación: PMI, SCRUM y KANBAN

- 9.10.1. PMI-SCRUM
- 9.10.2. PMI-KANBAN
- 9.10.3. SCRUM-KANBAN

Módulo 10. Comunicación, Liderazgo y Gestión de Equipos

10.1. Desarrollo Organizativo en la Empresa

- 10.1.1. Clima, Cultura y Desarrollo Organizativo en la Empresa
- 10.1.2. La Gestión del Capital humano

10.2. Modelos de Dirección. Toma de Decisiones

- 10.2.1. Cambio de paradigma en los modelos de dirección
- 10.2.2. Proceso directivo de la empresa tecnológica
- 10.2.3. Toma de decisiones. Instrumentos de planificación

10.3. Liderazgo. Delegación y Empowerment

- 10.3.1. Liderazgo
- 10.3.2. Delegación y *Empowerment*
- 10.3.3. Evaluación del Desempeño

10.4. Liderazgo. Gestión del Talento y del Compromiso

- 10.4.1. Gestión del Talento en la Empresa
- 10.4.2. Gestión del Compromiso en la Empresa
- 10.4.3. Mejora de la Comunicación en la empresa

10.5. Coaching Aplicado a la Empresa

- 10.5.1. Coaching Directivo
- 10.5.2. Coaching de Equipos

10.6. Mentoring Aplicado a la Empresa

- 10.6.1. Perfil del Mentor
- 10.6.2. Los 4 procesos de un programa de *Mentoring*
- 10.6.3. Herramientas y técnicas en un Proceso de *Mentoring*
- 10.6.4. Beneficios del *Mentoring* en el ámbito de la Empresa

10.7. Gestión de Equipos I. Las Relaciones Interpersonales

- 10.7.1. Relaciones Interpersonales
- 10.7.2. Estilos relacionales: enfoques
- 10.7.3. Reuniones efectivas y acuerdos en situaciones difíciles

10.8. Gestión de Equipos II. Los Conflictos

- 10.8.1. Los conflictos
- 10.8.2. Prevenir, afrontar y resolver el conflicto
 - 10.8.2.1. Estrategias para prevenir el conflicto
 - 10.8.2.2. La gestión de conflictos. Principios básicos
- 10.8.3. Estrategias para resolver conflictos
- 10.8.4. Estrés y motivación laboral

10.9. Gestión de Equipos III. La Negociación

- 10.9.1. La negociación en el ámbito directivo de las empresas tecnológicas
- 10.9.2. Estilos de negociación
- 10.9.3. Fases de la negociación
 - 10.9.3.1. Barreras a superar en las negociaciones

10.10. Gestión de Equipos IV. Técnicas de Negociación

- 10.10.1. Técnicas y estrategias de negociación
 - 10.10.1.1. Estrategias y principales tipos de negociación
 - 10.10.1.2. Tácticas de negociación y cuestiones prácticas
- 10.10.2. La figura del sujeto negociador

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. *Cross Cultural Management*

- 11.2.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 11.2.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 11.2.3. Gestión de la Diversidad

11.3. Ética empresarial

- 11.3.1. Ética y Moral
- 11.3.2. Ética Empresarial
- 11.3.3. Liderazgo y ética en las empresas

11.4. Sostenibilidad

- 11.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 11.4.2. Agenda 2030
- 11.4.3. Las empresas sostenibles

11.5. Responsabilidad Social de la Empresa

- 11.5.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 11.5.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.5.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

11.6. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 11.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC

11.7. Multinacionales y derechos humanos

- 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos

11.8. Entorno legal y *Corporate Governance*

- 11.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
- 11.8.3. 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. Contabilidad Directiva

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

13.3. Sistemas de información y Business Intelligence

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

13.4. Presupuesto y Control de Gestión

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

13.5. Dirección Financiera

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

13.6. Planificación Financiera

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

13.7. Estrategia Financiera Corporativa

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

13.8. Financiación Estratégica

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

13.9. Análisis y planificación financiera

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

13.10. Análisis y resolución de casos/ problemas

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

Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

14.1. Dirección comercial

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

14.2. Marketing

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

14.3. Gestión Estratégica del Marketing

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

14.4. Marketing digital y comercio electrónico

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

14.5. Marketing digital para reforzar la marca

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

14.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

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

14.7. Gestión de campañas digitales

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

14.8. Estrategia de ventas

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

14.9. Comunicación Corporativa

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

14.10. Comunicación y reputación digital

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

Módulo 15. Management Directivo**15.1. General Management**

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

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

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

15.3. Dirección de operaciones

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

15.4. Oratoria y formación de portavoces

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

15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

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

15.6. Comunicación en situaciones de crisis

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

15.7. Preparación de un plan de crisis

- 15.7.1. Análisis de posibles problemas
- 15.7.2. Planificación
- 15.7.3. Adecuación del personal

15.8. Inteligencia emocional

- 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional

15.9. Branding Personal

- 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 15.9.2. Leyes del branding personal
- 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

15.10. Liderazgo y gestión de equipos

- 15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 15.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 15.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 15.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

07

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA está dirigido a profesionales que deseen actualizar conocimientos relativos a tecnologías informáticas avanzadas y de vanguardia, con el objetivo de ampliar sus competencias.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforman el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el MBA los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo de la Dirección Técnica de Data Science.





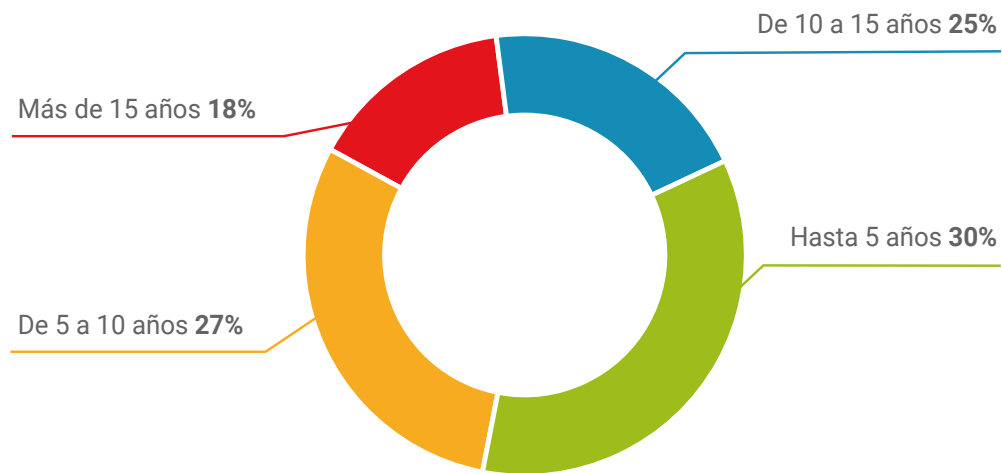
“

Nuestros alumnos nos eligen en busca de una mejora profesional, y la mayoría de ellos la consiguen”

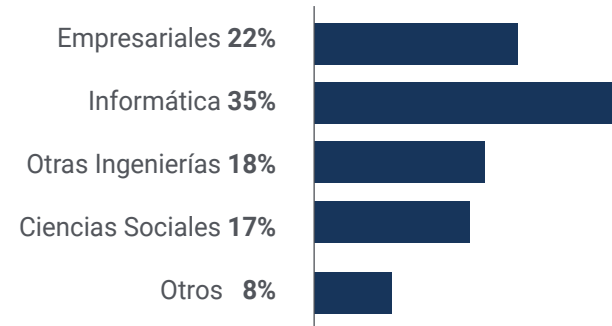
Edad media

Entre **35** y **45** años

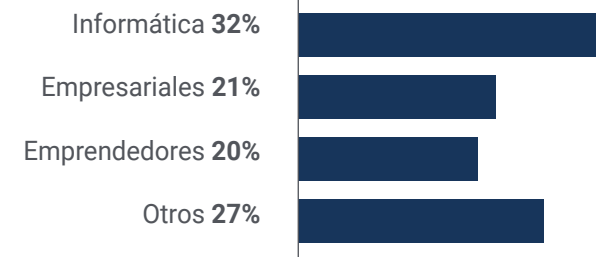
Años de experiencia



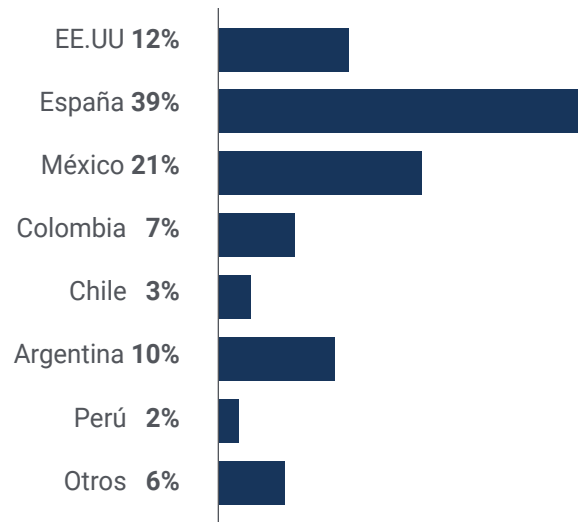
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Marta Rodríguez Hernández

Técnico de Introducción de Datos

“Siempre me he interesado por el mundo de las tecnologías informáticas y la gestión de datos en una empresa. Con este programa de alto nivel he incorporado los últimos avances del sector en mi práctica profesional diaria. Agradecer a los docentes su capacidad para transmitir y compartir los conocimientos de forma simple, precisa y ordenada. Sin duda, es una inversión con grandes beneficios a corto plazo”

09

Dirección del curso

En su máxima de ofrecer una educación de élite para todos, TECH cuenta con profesionales de renombre para que el alumno adquiera un conocimiento sólido en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa. El presente MBA cuenta con un equipo altamente cualificado y con una dilatada experiencia en el sector, que ofrecerán las mejores herramientas para el alumno en el desarrollo de sus capacidades durante el programa. De esta manera, el alumno cuenta con las garantías que demanda para especializarse a nivel internacional en un sector en auge que le catapultará al éxito profesional.



“

Triunfa de la mano de los mejores y adquiere los conocimientos y competencias que necesitas para embarcarte en el sector de las tecnologías informáticas avanzadas”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO y CTO en Prometheus Global Solutions
- ♦ CTO en Korporate Technologies
- ♦ CTO en AI Shephers GmbH
- ♦ Doctor en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Doctor en Economía, Empresas y Finanzas por la Universidad Camilo José Cela. Premio Extraordinario de Doctorado
- ♦ Doctor en Psicología por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Máster en Tecnologías Informáticas Avanzadas por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Máster MBA+E (Máster en Administración de Empresas e Ingeniería de Organización) por la Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Profesor asociado, con docencia en Grado y Máster en Ingeniería Informática, en Universidad de Castilla la Mancha
- ♦ Profesor de Máster en Big Data y Data Science en Universidad Internacional de Valencia
- ♦ Profesor de Máster en Industria 4.0 y del Máster en Diseño Industrial y Desarrollo de producto
- ♦ Miembro del Grupo de Investigación SMILe de la Universidad de Castilla la Mancha

Profesores

D. Montoro Montarroso, Andrés

- ◆ Investigador en el grupo SMILe de la Universidad de Castilla-La Mancha
- ◆ Científico de Datos en Prometheus Global Solutions
- ◆ Graduado en Ingeniería Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha
- ◆ Máster en Ciencia de Datos e Ingeniería de Computadores por la Universidad de Granada. (2021)
- ◆ Profesor invitado en la asignatura de Sistemas Basados en el Conocimiento de la Escuela Superior de Informática de Ciudad Real impartiendo la conferencia: "Técnicas Avanzadas de Inteligencia Artificial: Búsqueda y análisis de potenciales radicales en Medios Sociales". (2021)
- ◆ Profesor invitado en la asignatura de Minería de Datos de la Escuela Superior de Informática de Ciudad Real impartiendo la conferencia: "Aplicaciones del Procesamiento de Lenguaje Natural: Lógica Borrosa al análisis de mensajes en redes sociales"
- ◆ Ponente en el Seminario sobre Prevención de la Corrupción en administraciones públicas e Inteligencia Artificial. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo. Conferencia titulada "Técnicas de Inteligencia Artificial". Ponente en el primer Seminario Internacional de Derecho Administrativo e Inteligencia Artificial (DAIA). Organiza Centro de Estudios Europeos Luis Ortega Álvarez e Institut de Recerca TransJus. Conferencia titulada "Análisis de Sentimientos para la prevención de mensajes de odio en las redes sociales"

Dña. Palomino Dávila, Cristina

- ◆ Consultora y auditora senior GRC en Oesía Networks
- ◆ Subdirección de Auditoría-Secretaría General en Compañía Logística de Hidrocarburos CLH
- ◆ Consultora y auditora senior en materia de Protección de Datos de Carácter Personal y servicios de la sociedad de la información en Helas Consultores
- ◆ Licenciada en Derecho por la Universidad de Castilla La Mancha
- ◆ Máster en Asesoría Jurídica de Empresas por el Instituto de Empresa
- ◆ Curso Superior en Dirección de Seguridad Digital y Gestión de Crisis por la Universidad de Alcalá y Alianza Española de Seguridad y Crisis (AESYC)

D. Peris Morillo, Luis Javier

- ◆ Technical Lead en Capitole Consulting. Lidera un equipo en Inditex en la unidad de logística de su plataforma abierta
- ◆ Senior Technical Lead y Delivery Lead Support en HCL
- ◆ Agile Coach y Director de Operaciones en Mirai Advisory
- ◆ Miembro del comité de dirección en calidad de Director de Operaciones
- ◆ Desarrollador, Team Lead, SCRUM Master, Agile Coach, Product Manager en DocPath
- ◆ Ingeniería Superior en Informática por la ESI de Ciudad Real (UCLM)
- ◆ Posgraduado en Gestión de proyectos por la CEOE-Confederación Española de Organizaciones Empresariales
- ◆ +50 MOOCs cursados, impartidas por universidades muy reconocidas tales como Stanford University, Michigan University, Yonsei University, Universidad Politécnica de Madrid, etc
- ◆ Varias certificaciones, algunas de las más destacables o recientes son Azure Fundamentals

Dña. García La O, Marta

- ◆ Especialista en Marketing Digital y RRSS
- ◆ Gestión, administración y account management en Think Planificación y Desarrollo
- ◆ Organización, supervisión y tutoría de cursos de formación para altos Directivos en Think Planificación y Desarrollo
- ◆ Contable-administrativa en Tabacos Santiago y Zairaiche-Stan Roller
- ◆ Especialista en Marketing en Versas Consultores
- ◆ Diplomatura en Ciencias Empresariales por la Universidad de Murcia
- ◆ Máster en Dirección comercial y Marketing por la Fundesem Business School

D. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ Gestión de proyectos. INDRA SISTEMAS S.A
- ♦ Director técnico. INDRA SISTEMAS S.A
- ♦ Ingeniero de sistemas. ENA TRÁFICO S.A.U
- ♦ IFCD048PO: Metodología de gestión y desarrollo de proyectos de software con SCRUM
- ♦ Coursera: Machine Learning
- ♦ Udey: Deep Learning A-Z. Hands-on Artificial Neural Networks
- ♦ Coursera: IBM: Fundamentals of Scalable Data Science
- ♦ Coursera: IBM: Applied AI with Deep Learning
- ♦ Coursera: IBM: Advance Machine Learning and Signal Processing
- ♦ Ingeniero en Electrónica Industrial y Automática por la Universidad Europea de Madrid
- ♦ Máster en Ingeniería Industrial habilitante por la Universidad Europea de Madrid
- ♦ Máster en Industria 4.0 por la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)
- ♦ Certificación profesional. SSCE0110: Docencia para la formación Profesional para el empleo

D. Díaz Díaz-Chirón, Tobías

- ♦ Investigador en el laboratorio ArCO de la Universidad de Castilla-La Mancha, grupo dedicado a proyectos relacionados con arquitecturas y redes de computadores
- ♦ Consultor en Blue Telecom, compañía dedicada al sector de las telecomunicaciones
- ♦ Freelance dedicado principalmente al sector de las telecomunicaciones, especializado en redes 4G/5G
- ♦ OpenStack: deploy and administration
- ♦ Ingeniero Superior en Informática por la Universidad de Castilla-La Mancha, especializado en arquitectura y redes de computadores
- ♦ Profesor asociado en la Universidad de Castilla-La Mancha en las asignaturas de sistemas distribuidos, redes de computadores y programación concurrente
- ♦ Ponente en curso del Sepecam sobre administración de redes

Dña. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Técnico de producto de seguridad electrónica en Securitas Seguridad España
- ♦ Analista de inteligencia Empresarial en Ricopia Technologies (Alcalá de Henares) Grado en Ingeniería Electrónica de Comunicaciones en Escuela Politécnica Superior, Universidad de Alcalá
- ♦ Responsable de formar a las nuevas incorporaciones respecto a los softwares de gestión comercial (CRM, ERP, INTRANET.), producto y procedimientos en Ricopia Technologies (Alcalá de Henares)
- ♦ Responsable de formar a nuevos becarios incorporados a las Aulas de Informática en la Universidad de Alcalá
- ♦ Gestora de proyectos en el área de Integración de Grandes Cuentas en Correos y Telégrafos (Madrid)
- ♦ Técnico Informático-Responsable aulas informáticas OTEC, Universidad de Alcalá (Alcalá de Henares)
- ♦ Profesora de clases de Informática en Asociación ASALUMA (Alcalá de Henares)
- ♦ Beca de formación como Técnico Informático en OTEC, Universidad de Alcalá (Alcalá de Henares)

D. García Niño, Pedro

- ♦ Especialista en Posicionamiento Web y SEO/Google Ads
- ♦ Especialista en SEO On-Page/Off-Page
- ♦ Especialista en Google Ads (SEM/PPC) con certificación oficial
- ♦ Especialista en Google Analytics/Análítica de Marketing Digital y medición de resultados
- ♦ Especialista en Marketing Digital y RRSS
- ♦ Director de ventas de servicios informáticos
- ♦ Técnico de equipos informáticos especialista en hardware/software



Dña. Fernández Meléndez, Galina

- ♦ Analista de Datos. Aresi | Gestión de Fincas–Madrid-España
- ♦ Analista de Datos. ADN Mobile Solution-Gijón-España
- ♦ Procesos ETL, minería de datos, análisis y visualización de datos, establecimiento de KPI's, diseño e implementación de Dashboard., control de gestión. Desarrollo en R, manejo de SQL, entre otros. Determinación de patrones, modelos predictivos, aprendizaje automático
- ♦ Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad Bicentenario de Aragua-Caracas
- ♦ Diplomado en Planificación y Finanzas Públicas. Escuela Venezolana De Planificación-Escuela De Hacienda
- ♦ Máster en Análisis de Datos e Inteligencia de Negocio. Universidad De Oviedo
- ♦ MBA en Administración y Dirección De Empresas (Escuela De Negocios Europea De Barcelona)
- ♦ Máster en Big Data y Business Intelligence (Escuela de Negocios Europea de Barcelona)

10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Aquí se encontrarán grandes posibilidades de conseguirlo. Para ello, se cuenta con la ecuación perfecta para una especialización de calidad: un temario altamente actualizado y unos docentes de referencia internacional. Sin duda, una oportunidad única que ayudará a dar un impulso a su carrera en poco tiempo.



“

Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional, ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo”

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

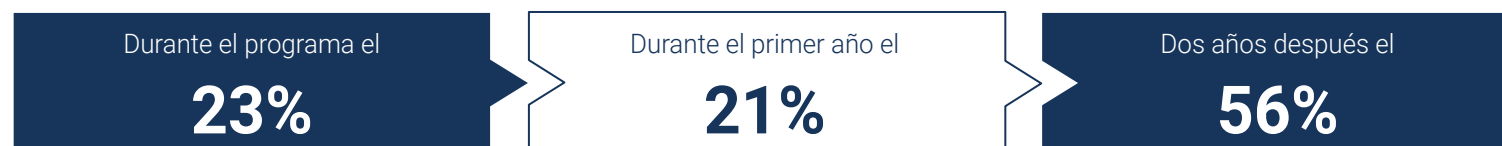
Con este programa el alumno podrá avanzar de manera drástica en su profesión, aunque no cabe duda de que, para ello, tendrá que realizar una inversión en diferentes ámbitos, como el económico, profesional y personal.

Sin embargo, el objetivo es mejorar en su vida profesional y, para ello, es necesario luchar.

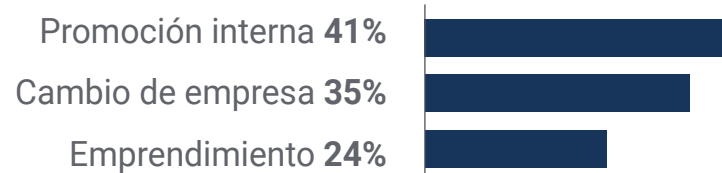
Gracias a este programa recibirás un elevado número de ofertas laborales con las que podrás iniciar tu crecimiento profesional.

La mejor manera de lograr un cambio profesional es aumentando tu capacitación. Así que no dejes de estudiar en TECH.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**



11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección Técnica de Data Science contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la instrucción de líderes de alto nivel.

Participar en este MBA supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





“

Todos los temas y áreas de conocimiento han sido recopilados en un temario completo y de absoluta actualidad, para llevar al alumno al máximo nivel tanto teórico como práctico”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa 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”

Este **MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

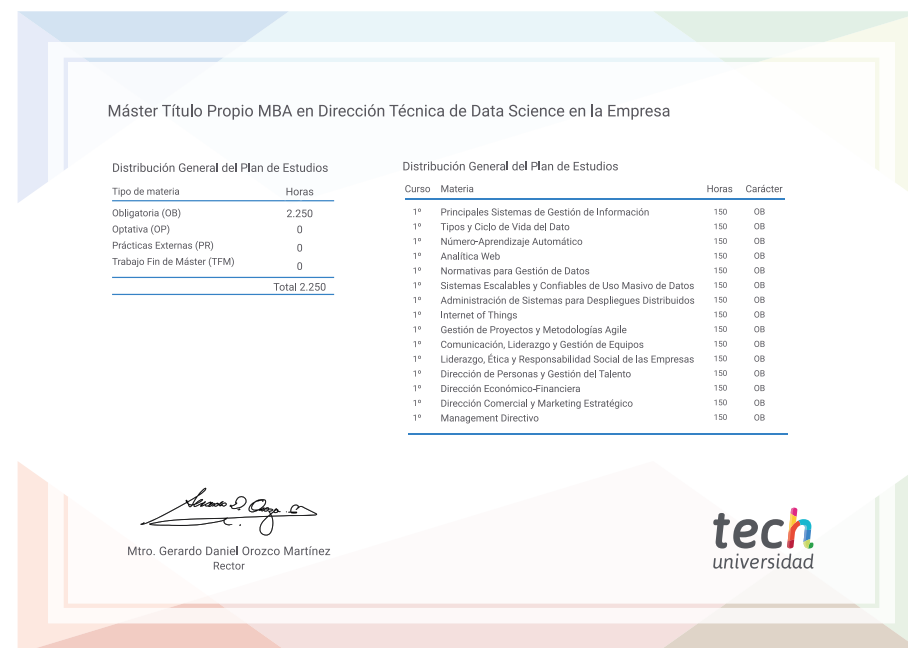
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

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 Título Propio MBA en Dirección Técnica de Data Science en la Empresa**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

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 Título Propio
MBA en Dirección
Técnica de Data Science
en la Empresa

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

Máster Título Propio

MBA en Dirección Técnica de Data
Science en la Empresa

