

# Máster de Formación Permanente

## MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos



## Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **7 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: [www.techtitute.com/videojuegos/master/master-mba-direccion-empresas-videojuegos](http://www.techtitute.com/videojuegos/master/master-mba-direccion-empresas-videojuegos)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competencias

---

*pág. 14*

04

Dirección del curso

---

*pág. 18*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 38*

06

Metodología

---

*pág. 52*

07

Titulación

---

*pág. 60*

# 01

# Presentación

La dirección de una empresa dedicada al sector de los videojuegos implica diversas tareas y objetivos a cumplir. Son muchos los factores a tener en cuenta, como por ejemplo las técnicas de marketing a utilizar, el conocimiento de programas específicos o las habilidades necesarias para liderar un equipo humano. Por eso, este programa tiene como objetivo capacitar al egresado en estas labores a través de una metodología académica más vanguardista. Gracias a esto, el estudiante adquirirá valiosas e imprescindibles cualidades para la dirección de empresas digitales o de videojuegos.



“

*Con este Máster de Formación Permanente el camino hacia el éxito será más sencillo gracias a las herramientas que adquirirás en la alta dirección de empresas de videojuegos”*

Las empresas dedicadas a la creación de videojuegos están en pleno auge. Es un mercado emergente, el cual tiene muchos compradores alrededor del mundo por lo que la exigencia dentro del mismo cada vez es mayor. La dirección dentro de este tipo de empresas, requiere una serie de destrezas a desarrollar que hagan despegar a la empresa hacia el éxito en sus ventas.

Por este motivo, estar al cargo de la dirección de la empresa es una responsabilidad muy grande a la vez que imponente. Es importante conocer todos los recovecos del sector, para así indagar en todos esos aspectos y mejorarlos constantemente con el objetivo de obtener resultados finales de calidad.

El presente MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos está pensado para servir como guía para aquellos profesionales que quieran desarrollar una carrera laboral dentro de la dirección de compañías que se dediquen al ámbito de los videojuegos. A través de unos contenidos claros y contundentes, el egresado alcanzará las competencias necesarias, para el desarrollo de las labores propias del puesto

Con una metodología online, este programa se posiciona como una opción perfecta para quien quiera combinar sus estudios con su actividad laboral o su vida personal. TECH aplica en esta titulación el *Relearning*, una técnica de aprendizaje de efectividad probada. Ésta consiste en la repetición de conceptos clave por parte del profesorado, para así desarrollar un aprendizaje sin fisuras.

Este **MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ◆ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Dirección de Empresas de Videojuegos
- ◆ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ◆ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ◆ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ◆ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ◆ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*Conviértete en referente dentro de uno de los sectores más punteros del momento”*

“

*Las empresas digitales y de videojuegos se encuentran en auge debido al rápido crecimiento de la tecnología. Únete a esta revolución estudiando en TECH”*

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

*Enseñarte a dirigir empresas de éxito es uno de los principales objetivos de este programa.*

*Con nuestra metodología online podrás organizar tu tiempo de estudio de una manera práctica y eficiente.*



# 02 Objetivos

El objetivo de este MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos de TECH es guiar al egresado en los pilares fundamentales de la dirección estratégica de la empresa. Esta titulación cuenta con un temario con todos los conceptos clave para comprender y ejecutar un plan estratégico que sirva de referencia para una correcta coordinación y ejecución del trabajo entre los miembros del equipo. Por tanto, el profesional que curse este programa llegará al final con una serie de conocimientos apropiados para desarrollar su rol dentro del ámbito laboral.





“

*Dirige a un equipo humano hacia un mismo objetivo: el éxito”*



## Objetivos generales

---

- ◆ Generar estrategias para la industria
- ◆ Comprender en profundidad y diseñar proyectos de videojuegos
- ◆ Conocer en profundidad las tecnologías emergentes e innovaciones en la industria
- ◆ Desarrollar estrategias orientadas al videojuego
- ◆ Dominar las áreas funcionalidades de las empresas que tiene el sector del videojuego
- ◆ Aprender en detalle cómo desarrollar estrategias de Marketing y ventas
- ◆ Aprender de manera amplia a crear empresas orientadas al mercado de los videojuegos
- ◆ Conocer en profundidad el impacto en la gestión de proyectos y en el liderazgo de equipos





## Objetivos específicos

---

### **Módulo 1. Estrategia en Empresas Digitales y Videojuegos**

- ◆ Conocer el contexto y los componentes de la estrategia empresarial con foco en la industria de videojuegos

### **Módulo 2. Dirección de Empresas de Videojuegos**

- ◆ Aprender en detalle toda la estructura de la cadena de valor de la industria y obtener las competencias necesarias para la dirección de las distintas organizaciones del sector

### **Módulo 3. Marketing Digital y la transformación digital del videojuego**

- ◆ Identificar y saber desarrollar todas las disciplinas y técnicas del Marketing *Gaming* que permiten impulsar los modelos de negocio en la industria del videojuego

### **Módulo 4. Creación de Empresas de Videojuegos**

- ◆ Conocer ampliamente los principales elementos para la creación de empresas que puedan tener un posicionamiento en el mercado de los videojuegos

### **Módulo 5. Gestión de proyectos**

- ◆ Conocer en detalle la operación y la gestión de proyectos

### **Módulo 6. La innovación**

- ◆ Estudiar ampliamente los principales elementos para el desarrollo de soluciones innovadores y viables para los distintos servicios y productos de videojuegos

### **Módulo 7. Dirección financiera**

- ◆ Identificar y reconocer los aspectos más críticos en la gestión económica y financiera como una de las principales competencias para la gestión empresarial

### **Módulo 8. Dirección comercial**

- ◆ Desarrollar altas competencias comerciales en los principales procesos para aumentar las capacidades de venta y desarrollo de negocio en las empresas del sector

### **Módulo 9. Gestión del eSports**

- ◆ Conocer en profundidad, aprender y estudiar todo el subecosistema del eSports, tanto sus principales actores, como los modelos de negocio con el fin de ser apto para desarrollar este mercado

### **Módulo 10. Liderazgo y gestión de talento**

- ◆ Adquirir competencias y habilidades sobre las nuevas competencias que requieren las personas para liderar los modelos de negocio y los proyectos en la industria del videojuego

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

- ◆ Analizar el impacto de la globalización en la gobernanza y el gobierno corporativo
- ◆ Evaluar la importancia del liderazgo efectivo en la dirección y éxito de las empresas
- ◆ Definir las estrategias de gestión intercultural y su relevancia en entornos empresariales diversos
- ◆ Desarrollar habilidades de liderazgo y entender los desafíos actuales que enfrentan los líderes
- ◆ Determinar los principios y prácticas de la ética empresarial y su aplicación en la toma de decisiones corporativas
- ◆ Estructurar estrategias para la implementación y mejora de la sostenibilidad y la responsabilidad social en las empresas

### **Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento**

- ◆ Determinar la relación entre la dirección estratégica y la gestión de recursos humanos
- ◆ Profundizar las competencias necesarias para la gestión eficaz de recursos humanos por competencias
- ◆ Ahondar en las metodologías para la evaluación del rendimiento y la gestión del desempeño

- ◆ Integrar las innovaciones en la gestión del talento y su impacto en la retención y fidelización del personal
- ◆ Desarrollar estrategias para la motivación y el desarrollo de equipos de alto desempeño
- ◆ Proponer soluciones efectivas para la gestión del cambio y la resolución de conflictos en las organizaciones

### **Módulo 13. Dirección Económico-Financiera**

- ◆ Analizar el entorno macroeconómico y su influencia en el sistema financiero nacional e internacional
- ◆ Definir los sistemas de información y Business Intelligence para la toma de decisiones financieras
- ◆ Diferenciar decisiones financieras clave y la gestión de riesgos en la dirección financiera
- ◆ Valorar estrategias para la planificación financiera y la obtención de financiación empresarial

### **Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico**

- ◆ Estructurar el marco conceptual y la importancia de la dirección comercial en las empresas
- ◆ Ahondar en los elementos y actividades fundamentales del marketing y su impacto en la organización
- ◆ Determinar las etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- ◆ Evaluar estrategias para mejorar la comunicación corporativa y la reputación digital de la empresa



### Módulo 15. Management Directivo

- ◆ Definir el concepto de General Management y su relevancia en la dirección de empresas
- ◆ Evaluar las funciones y responsabilidades del directivo en la cultura organizacional
- ◆ Analizar la importancia de la dirección de operaciones y la gestión de la calidad en la cadena de valor
- ◆ Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal y oratoria para la formación de portavoces

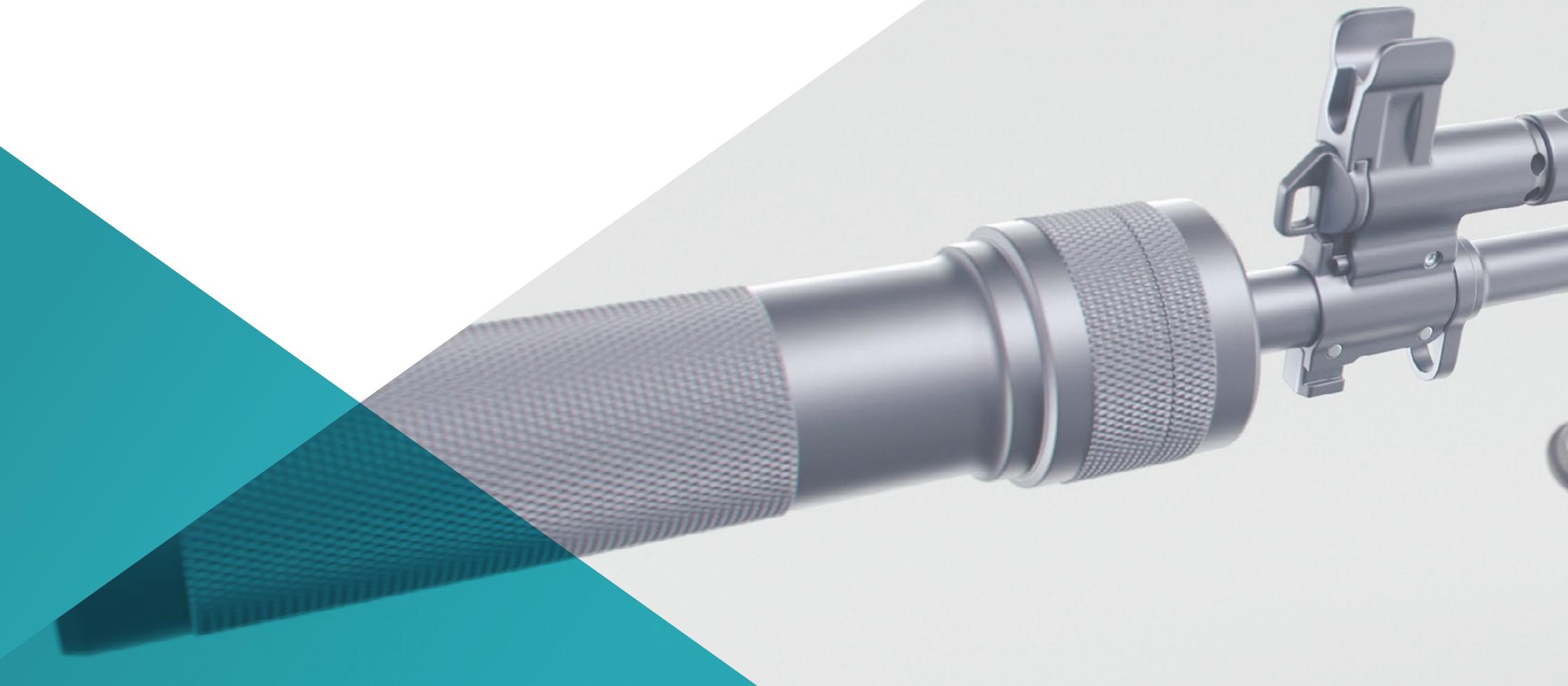
“

*Nuestras herramientas te ayudarán  
y acompañarán todo el camino  
para que alcances tus objetivos”*

# 03

## Competencias

Todas las competencias que adquiriera el alumno durante su recorrido de aprendizaje en este MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos le serán de gran utilidad en su futuro laboral. A través de este programa encontrará las respuestas a las necesidades de las empresas del sector y los detalles de las actividades a desarrollar con éxito un cargo directivo dentro de una compañía del ámbito digital.





“

*A través de distintas competencias como la comprensión del ecosistema de la industria de los videojuegos, entenderás y aprenderás a ejecutar un plan infalible para un futuro puesto en el mercado laboral dentro de una empresa de este ámbito”*



## Competencias generales

---

- ◆ Desarrollar estrategias de negocio orientadas a empresas digitales y de videojuegos
- ◆ Dominar las áreas de gestión de las empresas digitales y de videojuegos
- ◆ Aprender en profundidad cómo diseñar proyectos de videojuegos
- ◆ Conocer en detalle el ecosistema de la industria del videojuego
- ◆ Aprender en detalle las tecnologías al servicio de los videojuegos, desde un punto de vista de negocio
- ◆ Conocer ampliamente el impacto de las acciones de Marketing y Sales
- ◆ Analizar la gestión financiera y económica de una empresa de videojuegos
- ◆ Comprender en detalle los principales aspectos para la creación de empresas de videojuegos
- ◆ Adquirir altos criterios sobre tecnologías emergentes e innovación en la industria de los videojuegos
- ◆ Adquirir las más complejas habilidades y competencias para liderar modelos de negocio y proyectos del ámbito de los videojuegos



## Competencias específicas

---

- ◆ Sumergirse en el alcance estratégico de las empresas digitales y de videojuegos
- ◆ Analizar aspectos como el proceso estratégico y la necesidad de realizar análisis de las distintas variables que requiere una formulación estratégica
- ◆ Conocer las herramientas de estudio para el análisis sectorial del videojuego, la posición competencial y el entorno económico
- ◆ Fundamentar los objetivos y funciones de la dirección estratégica en las empresas digitales y de videojuegos
- ◆ Considerar los elementos que componen la estructura del sector y la particular de la cadena de valor
- ◆ Repasar los elementos de la cadena de valor de los videojuegos
- ◆ Aportar valor en aspectos como el comercio electrónico
- ◆ Trabajar como son los perfiles profesionales del sector de los videojuegos y de los clubs profesionales de eSports
- ◆ Aprender a diseñar un plan de Marketing Digital
- ◆ Hacer hincapié en las disciplinas de captación de tráfico y audiencia para la distribución de los mensajes comerciales
- ◆ Trabajar las técnicas de *Display* y programática publicitaria
- ◆ Aprender las disciplinas del Inbound Marketing y de *Account Based Marketing*
- ◆ Asimilar los procesos de Marketing Digital y las soluciones actuales para su automatización
- ◆ Conocer las necesidades que requiere la creación de una empresa y su búsqueda de la sostenibilidad

- ◆ Repasar elementos clave en un plan de negocio y sus necesidades de inversión
- ◆ Estudiar los pormenores de la producción de un videojuego y las operaciones posteriores a su puesta en mercado
- ◆ Analizar cómo operan los nuevos modelos de distribución online
- ◆ Adquirir conocimientos sobre la gestión de proyectos
- ◆ Comprender las arquitecturas de los proyectos de videojuegos
- ◆ Trabajar casos de realización de fases de concepción, lanzamiento y ejecución de proyectos
- ◆ Ver como se integra en un proyecto la gestión de la publicidad y el Marketing
- ◆ Repasar los elementos y componentes que se requieren para que el profesional desarrolle capacidades y habilidades innovadoras
- ◆ Tratar y gestionar el talento como parte fundamental del capital de una empresa digital y de videojuegos
- ◆ Trabajar y dar un repaso detallado de los modelos de negocio innovadores que se están desarrollando en la industria
- ◆ Conocer las habilidades, conocimientos y competencias en el análisis económico financiero
- ◆ Adquirir un alto conocimiento financiero sobre el negocio
- ◆ Trabajar los aspectos más relevantes del sistema financiero
- ◆ Ahondar en todos los apartados que conforman el sistema económico y financiero de una empresa digital y de videojuegos
- ◆ Adquirir competencias comerciales
- ◆ Desarrollar correctamente las acciones encaminadas hacia la comercialización y venta de productos o servicios
- ◆ Poner en práctica y conocer cómo trabaja la dirección comercial y de ventas para aplicar las técnicas más actuales
- ◆ Aprender y comprender a gestionar los eventos, campeonatos y convenciones de los *eSports*
- ◆ Entender las dos entidades más relevantes del *eSports*: el jugador y el club
- ◆ Conocer en profundidad los distintos modelos de negocio que pueden desarrollarse en la gestión del *eSports*, así como los aspectos más relevantes en el desarrollo de los eventos y campeonatos o la gestión de patrocinios y publicidad
- ◆ Plantear estrategias de venta de *Merchandising*
- ◆ Aplicar el *Influencer Marketing* de forma rentable
- ◆ Adquirir competencias y habilidades sobre liderazgo
- ◆ Trabajar las competencias sobre la gestión del talento mediante análisis y desarrollo de los procesos de Recursos Humanos
- ◆ Conocer en detalle las *Soft Skills*
- ◆ Desarrollar el liderazgo pragmático

# 04

## Dirección del curso

Con el objetivo de que el alumno adquiera los conocimientos pertinentes para desarrollar una dirección de empresas digitales y de videojuegos de calidad, este programa posee un profesorado altamente preparado. Así, cuentan con un interesante recorrido laboral en el que han acumulado experiencia, lo cual es sumamente útil de cara a la elaboración del material didáctico con el que cuenta este programa. El alumno, por tanto, tiene el aval de una alta calidad por parte de los docentes que lo guiarán a través de su recorrido académico.





“

*Aprende junto a los mejores profesionales los secretos para llevar una empresa artística y de videojuegos al éxito”*

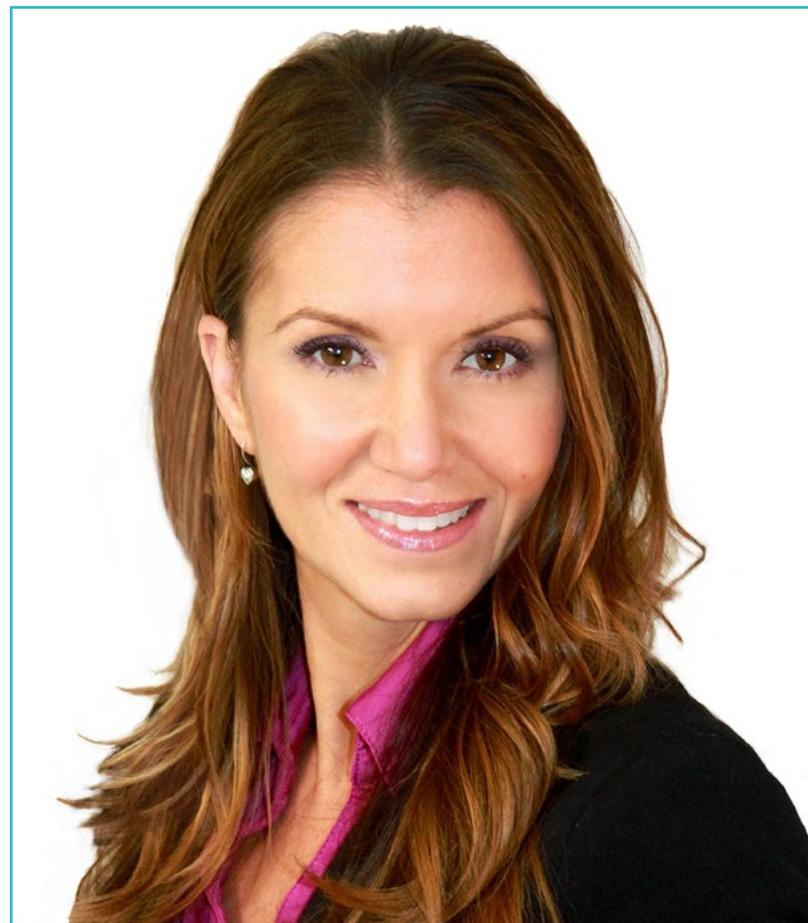
## Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



## Dña. Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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



## D. Gauthier, Rick

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arman, Romi

---

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



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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



## D. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Gram, Mick

---

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



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

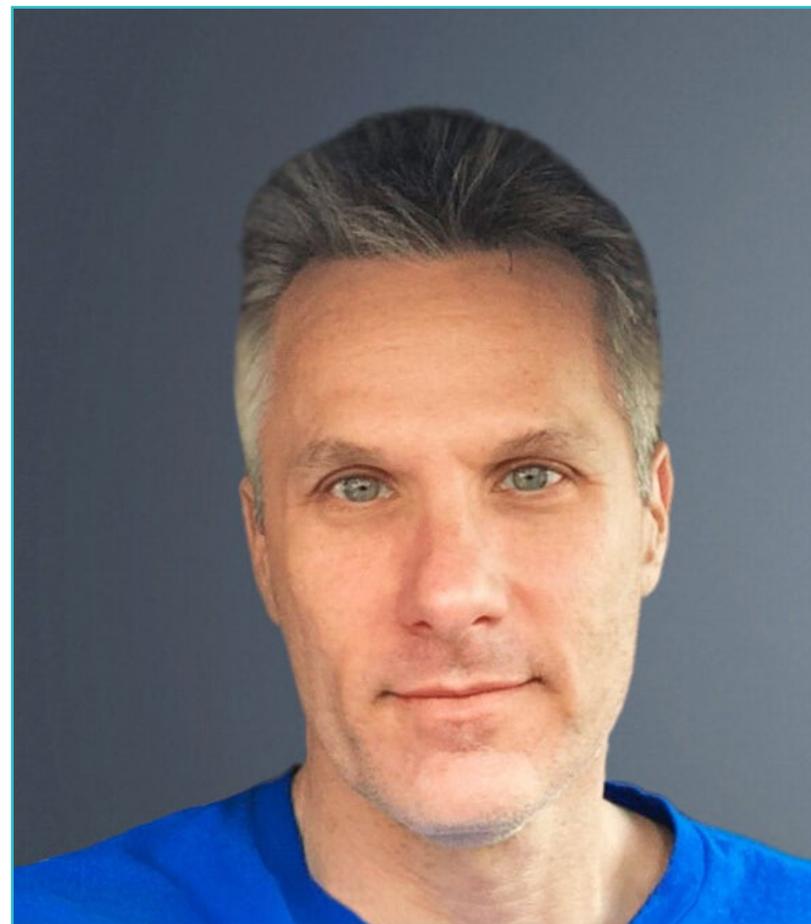
## Director Invitado Internacional

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

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

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

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



## D. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## 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



### D. Sánchez Mateos, Daniel

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

## Profesores

### D. Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael

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

### D. Ochoa Fernández, Carlos J.

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

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

### D. García Fernández, Juan Carlos

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

### D. Montero García, José Carlos

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

# 05

## Estructura y contenido

Este programa cuenta con un temario diseñado, teniendo en cuenta los requerimientos de las compañías, de la mano del personal docente que compone esta titulación. Por tanto, se sigue un plan de estudios cuyo contenido ofrece los conocimientos y herramientas necesarias para una vista global sobre las diferentes gestiones y estrategias para un desarrollo óptimo de las tareas necesarias en un puesto de trabajo dentro del sector. En todos los módulos, el alumno irá adquiriendo las destrezas que deben aplicarse en la Dirección de Empresas Digitales y de Videojuegos.



“

*Este Máster de Formación Permanente sigue un plan de estudios hecho a medida para que aprendas de una manera eficaz todo lo necesario en la Dirección de Empresas Digitales y de Videojuegos”*

## Módulo 1. Estrategia en Empresas Digitales y Videojuegos

- 1.1. Empresas Digitales y Videojuegos
  - 1.1.1. Componentes de la estrategia
  - 1.1.2. Ecosistema digital y del videojuego
  - 1.1.3. Posicionamiento estratégico
- 1.2. El proceso estratégico
  - 1.2.1. Análisis estratégico
  - 1.2.2. Selección de alternativas estratégicas
  - 1.2.3. Implantación de la estrategia
- 1.3. Análisis estratégico
  - 1.3.1. Interno
  - 1.3.2. Externo
  - 1.3.3. Matriz DAFO y CAME
- 1.4. Análisis sectorial del videojuego
  - 1.4.1. Modelo de las 5 fuerzas de Porter
  - 1.4.2. Análisis PESTEL
  - 1.4.3. Segmentación sectorial
- 1.5. Análisis posición competencial
  - 1.5.1. Crear y monetizar el valor estratégico
  - 1.5.2. La búsqueda de nicho vs. La segmentación del mercado
  - 1.5.3. La sustentabilidad del posicionamiento competitivo
- 1.6. Análisis del entorno económico
  - 1.6.1. Globalización e internacionalización
  - 1.6.2. La inversión y el ahorro
  - 1.6.3. Indicadores de producción, productividad y empleo
- 1.7. Dirección estratégica
  - 1.7.1. Un marco para el análisis de la estrategia
  - 1.7.2. El análisis del entorno sectorial, recursos y capacidades
  - 1.7.3. Puesta en práctica de la estrategia

- 1.8. Formular la estrategia
  - 1.8.1. Estrategias corporativas
  - 1.8.2. Estrategias genéricas
  - 1.8.3. Estrategias de cliente
- 1.9. Implementación de la estrategia
  - 1.9.1. Planificación estratégica
  - 1.9.2. Comunicación y esquema de participación de la organización
  - 1.9.3. Gestión del cambio
- 1.10. Los nuevos negocios estratégicos
  - 1.10.1. Los océanos azules
  - 1.10.2. El agotamiento de la mejora incremental en la curva de valor
  - 1.10.3. Negocios de costo marginal cero

## Módulo 2. Dirección de Empresas de Videojuegos

- 2.1. Sector y cadena de valor
  - 2.1.1. El valor en el sector del entretenimiento
  - 2.1.2. Elementos de la cadena de valor
  - 2.1.3. Relación entre cada uno de los elementos de la cadena de valor
- 2.2. Los desarrolladores de videojuegos
  - 2.2.1. La propuesta conceptual
  - 2.2.2. Diseño creativo y argumento del videojuego
  - 2.2.3. Tecnologías aplicables al desarrollo del videojuego
- 2.3. Fabricantes de consolas
  - 2.3.1. Componentes
  - 2.3.2. Tipología y fabricantes
  - 2.3.3. Generación de consolas
- 2.4. *Publishers*
  - 2.4.1. Selección
  - 2.4.2. Gestión del desarrollo
  - 2.4.3. Generación de productos y servicios

- 2.5. Distribuidores
    - 2.5.1. Acuerdos con distribuidores
    - 2.5.2. Modelos de distribución
    - 2.5.3. La logística de distribución
  - 2.6. Minoristas
    - 2.6.1. Minoristas
    - 2.6.2. Orientación y vinculación con el consumidor
    - 2.6.3. Servicios de asesoramiento
  - 2.7. Fabricantes de accesorios
    - 2.7.1. Accesorios para el *Gaming*
    - 2.7.2. Mercado
    - 2.7.3. Tendencias
  - 2.8. Desarrolladores de *Middleware*
    - 2.8.1. *Middleware* en la industria de los videojuegos
    - 2.8.2. Desarrollo *Middleware*
    - 2.8.3. *Middleware*: tipología
  - 2.9. Perfiles profesionales del sector de los videojuegos
    - 2.9.1. *Game Designers* y Programadores
    - 2.9.2. Modeladores y texturizadores
    - 2.9.3. Animadores e ilustradores
  - 2.10. Los clubs profesionales de *eSports*
    - 2.10.1. El área administrativa
    - 2.10.2. El área deportiva
    - 2.10.3. El área de comunicación
- Módulo 3. Marketing Digital y transformación digital del videojuego**
- 3.1. Estrategia en Marketing Digital
    - 3.1.1. *Customer Centric*
    - 3.1.2. *Customer Journey* y *Funnel* de Marketing
    - 3.1.3. Diseño y creación de un plan de Marketing Digital
  - 3.2. Activos digitales
    - 3.2.1. Arquitectura y diseño web
    - 3.2.2. Experiencia usuario - CX
    - 3.2.3. *Mobile Marketing*
  - 3.3. Medios digitales
    - 3.3.1. Estrategia y planificación de medios
    - 3.3.2. *Display* y programación publicitaria
    - 3.3.3. Digital TV
  - 3.4. *Search*
    - 3.4.1. Desarrollo y aplicación de una estrategia *Search*
    - 3.4.2. SEO
    - 3.4.3. SEM
  - 3.5. *Social Media*
    - 3.5.1. Diseño, planificación y analítica en una estrategia de *Social Media*
    - 3.5.2. Técnicas de Marketing en redes sociales horizontales
    - 3.5.3. Técnicas de Marketing en redes sociales verticales
  - 3.6. Inbound Marketing
    - 3.6.1. *Funnel* del Inbound Marketing
    - 3.6.2. Generación de *Content Marketing*
    - 3.6.3. Captación y gestión de *Leads*
  - 3.7. *Account Based Marketing*
    - 3.7.1. Estrategia de Marketing B2B
    - 3.7.2. *Decisión Maker* y mapa de contactos
    - 3.7.3. Plan de *Account Based Marketing*
  - 3.8. *Email Marketing* y *Landing Pages*
    - 3.8.1. Características del *Email Marketing*
    - 3.8.2. Creatividad y *Landing Pages*
    - 3.8.3. Campañas y acciones de *Email Marketing*
  - 3.9. Automatización del Marketing
    - 3.9.1. *Marketing Automation*
    - 3.9.2. *Big data* y AI aplicado al Marketing
    - 3.9.3. Principales soluciones del *Marketing Automation*
  - 3.10. Métricas, KPIs y ROI
    - 3.10.1. Principales métricas y KPIs del Marketing Digital
    - 3.10.2. Soluciones y herramientas de medición
    - 3.10.3. Cálculo y seguimiento del ROI

## Módulo 4. Creación de Empresas de Videojuegos

- 4.1. Emprendimiento
  - 4.1.1. Estrategia emprendedora
  - 4.1.2. El proyecto de emprendimiento
  - 4.1.3. Metodologías ágiles de emprendimiento
- 4.2. Innovaciones tecnológicas en el videojuego
  - 4.2.1. Innovaciones en consolas y periféricos
  - 4.2.2. Innovación en *Motion Capture* y *Live Dealer*
  - 4.2.3. Innovación en gráficos y software
- 4.3. Plan de negocio
  - 4.3.1. Segmentos y propuesta de valor
  - 4.3.2. Procesos, recursos y alianzas claves
  - 4.3.3. Relación cliente y canales de interacción
- 4.4. Inversión
  - 4.4.1. Inversiones en la industria del videojuego
  - 4.4.2. Aspectos críticos para la captura de inversiones
  - 4.4.3. Financiación *Startups*
- 4.5. Finanzas
  - 4.5.1. Ingresos y eficiencias
  - 4.5.2. Gastos operativos y de capital
  - 4.5.3. La cuenta de resultados y el balance
- 4.6. Producción videojuegos
  - 4.6.1. Herramientas de simulación de la producción
  - 4.6.2. Gestión programada de la producción
  - 4.6.3. Gestión del control de la producción
- 4.7. Gestión de operaciones
  - 4.7.1. Diseño, localización y mantenimiento
  - 4.7.2. Gestión de la calidad
  - 4.7.3. Gestión de inventarios y de la cadena de suministros

- 4.8. Nuevos modelos de distribución online
  - 4.8.1. Modelos de logística online
  - 4.8.2. Entrega directa online y SaaS
  - 4.8.3. *Dropshipping*
- 4.9. Sostenibilidad
  - 4.9.1. Creación de valor sostenible
  - 4.9.2. ASG (Ambientales, sociales y de gobierno)
  - 4.9.3. Sostenibilidad en la estrategia
- 4.10. Aspectos jurídicos
  - 4.10.1. Propiedad intelectual
  - 4.10.2. Propiedad industrial
  - 4.10.3. RGDP

## Módulo 5. Gestión de proyectos

- 5.1. Ciclo de vida de un proyecto de videojuegos
  - 5.1.1. Fase conceptual y preproducción
  - 5.1.2. Fase de producción y las fases finales
  - 5.1.3. Fase postproducción
- 5.2. Proyectos de videojuego
  - 5.2.1. Géneros
  - 5.2.2. *Serious Games*
  - 5.2.3. Subgéneros y nuevos géneros
- 5.3. Arquitectura de un proyecto de videojuegos
  - 5.3.1. Arquitectura interna
  - 5.3.2. Relación entre elementos
  - 5.3.3. Visión holística del videojuego
- 5.4. Los videojuegos
  - 5.4.1. Aspectos lúdicos en los videojuegos
  - 5.4.2. Diseño de videojuegos
  - 5.4.3. Gamificación

- 5.5. La técnica del videojuego
    - 5.5.1. Elementos internos
    - 5.5.2. Motores de los videojuegos
    - 5.5.3. Influencia de la técnica y el Marketing en el diseño
  - 5.6. Concepción, lanzamiento y ejecución de proyectos
    - 5.6.1. Desarrollo previo
    - 5.6.2. Fases del desarrollo de videojuegos
    - 5.6.3. La involucración del consumidor en el desarrollo
  - 5.7. Gestión de la organización de un proyecto de videojuegos
    - 5.7.1. El equipo de desarrollo y *Publisher*
    - 5.7.2. Equipo de operaciones
    - 5.7.3. Equipo de ventas y Marketing
  - 5.8. Manuales para el desarrollo de videojuegos
    - 5.8.1. Manual de diseño y técnica del videojuego
    - 5.8.2. Manual del desarrollador de videojuegos
    - 5.8.3. Manual de requerimientos y especificación técnicas
  - 5.9. Publicación y Marketing de videojuegos
    - 5.9.1. Preparación *Kick Off* del videojuego
    - 5.9.2. Canales de comunicación digitales
    - 5.9.3. *Delivery*, progreso y seguimiento del éxito
  - 5.10. Metodologías ágiles aplicables a proyectos de videojuegos
    - 5.10.1. *Design and Visual Thinking*
    - 5.10.2. *Lean Startup*
    - 5.10.3. *Scrum development and sales*
- Módulo 6. Innovación**
- 6.1. Estrategia e innovación
    - 6.1.1. Innovación en videojuegos
    - 6.1.2. Gestión de la innovación en videojuegos
    - 6.1.3. Modelos de innovación
  - 6.2. Talento innovador
    - 6.2.1. La implantación de la cultura de la innovación en las organizaciones
    - 6.2.2. Talento
    - 6.2.3. Mapa de cultura de la innovación
  - 6.3. La dirección y gestión del talento en la economía digital
    - 6.3.1. Ciclo de vida del talento
    - 6.3.2. Captación - condicionantes generacionales
    - 6.3.3. Retención: *Engagement*, fidelización, evangelistas
  - 6.4. Modelos de negocio en la Innovación de videojuegos
    - 6.4.1. La innovación en los modelos de negocio
    - 6.4.2. Herramientas de innovación al negocio
    - 6.4.3. *Business Model Navigator*
  - 6.5. Dirección de proyectos de innovación
    - 6.5.1. Cliente y proceso de innovación
    - 6.5.2. Diseño de la propuesta de valor
    - 6.5.3. Organizaciones exponenciales
  - 6.6. Metodologías ágiles en innovación
    - 6.6.1. Metodología *Design Thinking* y *Lean Startup*
    - 6.6.2. Modelos ágiles de dirección de proyectos: Kanban y Scrum
    - 6.6.3. *Lean Canvas*
  - 6.7. Gestión de validación de la innovación
    - 6.7.1. Prototipado (PMV)
    - 6.7.2. Validación del cliente
    - 6.7.3. Pivotar o preservar
  - 6.8. Innovación en procesos
    - 6.8.1. Oportunidades de innovación en procesos
    - 6.8.2. *Time-to-Market*, reducción tareas de no valor y eliminación de defectos
    - 6.8.3. Herramientas metodológicas para la innovación en procesos
  - 6.9. Tecnologías disruptivas
    - 6.9.1. Tecnologías de hibridación físico – digital
    - 6.9.2. Tecnologías en comunicación y tratamiento de datos
    - 6.9.3. Tecnologías de aplicación en gestión
  - 6.10. El retorno de la inversión en innovación
    - 6.10.1. Estrategias de monetización de datos y activos de innovación
    - 6.10.2. El ROI de la innovación. Enfoque general
    - 6.10.3. Embudos

## Módulo 7. Gestión financiera

- 7.1. Contabilidad
  - 7.1.1. Contabilidad
  - 7.1.2. Las cuentas anuales y otros informes
  - 7.1.3. Inmovilizado material, inversiones inmobiliarias e inmovilizado intangible
- 7.2. Gestión financiera
  - 7.2.1. Instrumentos financieros
  - 7.2.2. Finanzas corporativas y administración financiera
  - 7.2.3. Finanzas para emprendedores
- 7.3. Análisis de estados financieros
  - 7.3.1. Análisis de los estados financieros
  - 7.3.2. Análisis de la liquidez y la solvencia
  - 7.3.3. Gestión de tesorería
- 7.4. Operaciones financieras
  - 7.4.1. Operaciones financieras
  - 7.4.2. Gestión de la inversión
  - 7.4.3. Criterios de elección de inversiones ciertas
- 7.5. El sistema financiero
  - 7.5.1. El sistema financiero
  - 7.5.2. Estructura y funcionamiento del sistema financiero
  - 7.5.3. El mercado de valores
- 7.6. Control de gestión
  - 7.6.1. Control de gestión
  - 7.6.2. Centros de responsabilidad
  - 7.6.3. Sistemas de costes
- 7.7. Control presupuestario
  - 7.7.1. El proceso presupuestario
  - 7.7.2. Organización y gestión presupuestaria
  - 7.7.3. Control presupuestario
- 7.8. Gestión de Tesorería
  - 7.8.1. *Cash Management* y el presupuesto de Tesorería
  - 7.8.2. Cobros de las operaciones comerciales
  - 7.8.3. Pago de las operaciones comerciales



- 7.9. Financiación de empresas
  - 7.9.1. Ventajas, inconvenientes e implicaciones de la deuda
  - 7.9.2. Elección de la estructura de capital en la empresa
  - 7.9.3. Cambios en la estructura de capital
- 7.10. Valoración de empresas
  - 7.10.1. Métodos contables y valor de negocio
  - 7.10.2. Activos y deuda
  - 7.10.3. Diagnóstico de valoración de empresas y presentación a inversores

## Módulo 8. Dirección comercial

- 8.1. Modelos de organización comercial
  - 8.1.1. El departamento comercial
  - 8.1.2. Herramientas del departamento comercial
  - 8.1.3. La fuerza de ventas
- 8.2. Objetivos comerciales
  - 8.2.1. Planificación comercial
  - 8.2.2. Previsiones y presupuestos
  - 8.2.3. Presupuesto comercial
- 8.3. Previsión comercial
  - 8.3.1. Rentabilidad del departamento comercial
  - 8.3.2. Previsión de ventas
  - 8.3.3. Control de la actividad comercial
- 8.4. Nuevos modelos relacionales
  - 8.4.1. La comercialización en los nuevos modelos de negocio
  - 8.4.2. La personalización como principal driver de la relación con los clientes
  - 8.4.3. El desarrollo de la experiencia del cliente
- 8.5. La venta consultiva
  - 8.5.1. Psicología de la venta
  - 8.5.2. La comunicación persuasiva
  - 8.5.3. Introducción y evolución de los métodos de venta

- 8.6. Modalidades de venta
  - 8.6.1. La venta retail o B2C
  - 8.6.2. La venta externa B2B
  - 8.6.3. La venta online
- 8.7. *Digital Social Selling*
  - 8.7.1. *Social Selling*
  - 8.7.2. La actitud social: crear red de contactos
  - 8.7.3. Proceso de captación de un nuevo cliente utilizando *Social Media*
- 8.8. Metodologías de *Digital Sales*
  - 8.8.1. Principales metodologías ágiles en el *Digital Sales*
  - 8.8.2. *Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling*
  - 8.8.3. *Inbound Sales B2B y Account Based Marketing*
- 8.9. El soporte del Marketing en el área comercial
  - 8.9.1. Gestión del marketing
  - 8.9.2. El valor del Marketing digital (B2C / B2B)
  - 8.9.3. Gestión del Marketing Mix en el área comercial
- 8.10. Organización y planificación del trabajo del vendedor
  - 8.10.1. Zonas y rutas de venta
  - 8.10.2. Gestión del tiempo y dirección de reuniones
  - 8.10.3. Análisis y toma de decisiones

## Módulo 9. Gestión eSports

- 9.1. La industria del eSports
  - 9.1.1. eSports
  - 9.1.2. Actores de la industria del eSports
  - 9.1.3. El modelo de negocio y el mercado del eSports
- 9.2. La gestión de los clubes de eSports
  - 9.2.1. La importancia de los clubs en eSports
  - 9.2.2. Creación de clubes
  - 9.2.3. Administración y gestión de los clubes de eSports

- 9.3. La relación e-Gamers
  - 9.3.1. El rol del jugador
  - 9.3.2. Habilidades y competencias del jugador
  - 9.3.3. Jugadores como embajadores de marca
- 9.4. Las competiciones y los eventos
  - 9.4.1. El *Delivery* en eSports: competiciones y eventos
  - 9.4.2. La gestión del evento y los campeonatos
  - 9.4.3. Los principales campeonatos locales, regionales, nacionales y globales
- 9.5. La gestión del patrocinio en los eSports
  - 9.5.1. La gestión del patrocinio en eSports
  - 9.5.2. Tipos de patrocinios en eSports
  - 9.5.3. El acuerdo de patrocinio eSports
- 9.6. La gestión de la publicidad en el eSports
  - 9.6.1. *Advergaming*: nuevo formato publicitario
  - 9.6.2. El *Branded Content* en eSports
  - 9.6.3. Los eSports como estrategia comunicativa
- 9.7. El Marketing en la gestión del eSports
  - 9.7.1. La gestión del Owned Media
  - 9.7.2. La gestión del Paid Media
  - 9.7.3. Especial foco en el Social Media
- 9.8. *Influencer Marketing*
  - 9.8.1. *Marketing Influencer*
  - 9.8.2. La gestión de audiencia y su impacto en eSports
  - 9.8.3. Modelos de negocio en el *Influencer Marketing*
- 9.9. *Merchant*
  - 9.9.1. La venta de servicios y productos asociados
  - 9.9.2. El *Merchandising*
  - 9.9.3. El comercio electrónico y los *Marketplaces*
- 9.10. Métricas y KPIs del eSports
  - 9.10.1. Métricas
  - 9.10.2. Los KPIs de progreso y de éxito
  - 9.10.3. Mapa estratégico de objetivos e indicadores

## Módulo 10. Liderazgo y gestión del talento

- 10.1. Empresa, organización y recursos humanos
  - 10.1.1. Organización y estructura organizacional
  - 10.1.2. La dirección estratégica
  - 10.1.3. Análisis y organización del trabajo
- 10.2. La gestión de Recursos Humanos en la empresa
  - 10.2.1. La organización en los Recursos Humanos
  - 10.2.2. Canales de reclutamiento
  - 10.2.3. Candidaturas en el sector de los videojuegos
- 10.3. Liderazgo personal y profesional
  - 10.3.1. Líderes y procesos de liderazgos
  - 10.3.2. La autoridad de la comunicación
  - 10.3.3. Negociación con el éxito y el fracaso
- 10.4. Gestión del conocimiento y gestión del talento
  - 10.4.1. Gestión estratégica del talento
  - 10.4.2. Tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos
  - 10.4.3. Modelos de innovación en Recursos Humanos
- 10.5. La gestión del conocimiento como clave en el crecimiento de la empresa
  - 10.5.1. Objetivos generales de la gestión del conocimiento
  - 10.5.2. Estructura de los sistemas de gestión del conocimiento y flujos
  - 10.5.3. Procesos en la gestión del conocimiento
- 10.6. Coaching y *Mentoring*
  - 10.6.1. PNL
  - 10.6.2. Coaching y *Mentoring*
  - 10.6.3. Procesos
- 10.7. Nuevas formas de liderazgo en entornos VUCA
  - 10.7.1. Gestión individual del cambio
  - 10.7.2. Gestión del cambio organizativo
  - 10.7.3. Herramientas

- 10.8. Gestión de la diversidad
  - 10.8.1. La incorporación de las nuevas generaciones en el liderazgo
  - 10.8.2. Liderazgo femenino
  - 10.8.3. Gestión de la multiculturalidad
- 10.9. Líder coach
  - 10.9.1. Las habilidades del líder coach
  - 10.9.2. Feedback y *Feedforward*
  - 10.9.3. El reconocimiento
- 10.10. Adaptación a las nuevas tecnologías
  - 10.10.1. Actitud
  - 10.10.2. Conocimiento
  - 10.10.3. Seguridad

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

- 11.1. Globalización y Gobernanza
  - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
  - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
  - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. Liderazgo
  - 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
  - 11.2.2. Liderazgo en las empresas
  - 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
  - 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
  - 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
  - 11.3.3. Gestión de la Diversidad

- 11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
  - 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
  - 11.4.2. Concepto de Liderazgo
  - 11.4.3. Teorías del Liderazgo
  - 11.4.4. Estilos de Liderazgo
  - 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
  - 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 11.5. Ética empresarial
  - 11.5.1. Ética y Moral
  - 11.5.2. Ética Empresarial
  - 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.6. Responsabilidad Social de la Empresa
  - 11.6.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
  - 11.6.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
  - 11.6.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.7. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
  - 11.7.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
  - 11.7.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
  - 11.7.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
  - 11.7.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.8. Multinacionales y derechos humanos
  - 11.8.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
  - 11.8.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
  - 11.8.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.9. Entorno legal y *Corporate Governance*
  - 11.9.1. Normas internacionales de importación y exportación
  - 11.9.2. Propiedad intelectual e industrial
  - 11.9.3. Derecho Internacional del Trabajo

## Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
  - 12.1.1. Dirección Estratégica y Recursos Humanos
  - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
  - 12.2.1. Análisis del potencial
  - 12.2.2. Política de retribución
  - 12.2.12. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
  - 12.3.1. La gestión del rendimiento
  - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
  - 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
  - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
  - 12.4.3. Fidelización y retención
  - 12.4.4. Proactividad e innovación
- 12.5. Motivación
  - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
  - 12.5.2. La teoría de las expectativas
  - 12.5.3. Teorías de las necesidades
  - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
  - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
  - 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
  - 12.7.1. Gestión del cambio
  - 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
  - 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

- 12.8. Negociación y gestión de conflictos
  - 12.8.1. Negociación
  - 12.8.2. Gestión de Conflictos
  - 12.8.3. Gestión de Crisis
- 12.9. Comunicación directiva
  - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
  - 12.9.2. Departamentos de Comunicación
  - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
  - 12.10.1. La productividad
  - 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

### Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- 13.1. Entorno Económico
  - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
  - 13.1.2. Instituciones financieras
  - 13.1.3. Mercados financieros
  - 13.1.4. Activos financieros
  - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Sistemas de información y *Business Intelligence*
  - 13.2.1. Fundamentos y clasificación
  - 13.2.2. Fases y métodos de reparto de costes
  - 13.2.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.3. Dirección Financiera
  - 13.3.1. Las decisiones financieras de la empresa
  - 13.3.2. El departamento financiero
  - 13.3.3. Excedentes de tesorería
  - 13.3.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
  - 13.3.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

- 13.4. Planificación Financiera
  - 13.4.1. Definición de la planificación financiera
  - 13.4.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
  - 13.4.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
  - 13.4.4. El cuadro *Cash Flow*
  - 13.4.5. El cuadro de circulante
- 13.5. Estrategia Financiera Corporativa
  - 13.5.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
  - 13.5.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.6. Financiación Estratégica
  - 13.6.1. La autofinanciación
  - 13.6.2. Ampliación de fondos propios
  - 13.6.3. Recursos Híbridos
  - 13.6.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.7. Análisis y resolución de casos/problemas
  - 13.7.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

### Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- 14.1. Dirección comercial
  - 14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
  - 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
  - 14.1.3. El rol de los directores comerciales
- 14.2. Marketing
  - 14.2.1. Concepto de Marketing
  - 14.2.2. Elementos básicos del Marketing
  - 14.2.3. Actividades de Marketing de la empresa
- 14.3. Gestión Estratégica del Marketing
  - 14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
  - 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de Marketing
  - 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de Marketing

- 14.4. Gestión de campañas digitales
  - 14.4.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
  - 14.4.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
  - 14.4.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 14.5. Estrategia de ventas
  - 14.5.1. Estrategia de ventas
  - 14.5.2. Métodos de ventas
- 14.6. Comunicación Corporativa
  - 14.6.1. Concepto
  - 14.6.2. Importancia de la comunicación en la organización
  - 14.6.3. Tipo de la comunicación en la organización
  - 14.6.4. Funciones de la comunicación en la organización
  - 14.6.5. Elementos de la comunicación
  - 14.6.6. Problemas de la comunicación
  - 14.6.7. Escenarios de la comunicación
- 14.7. Comunicación y reputación digital
  - 14.7.1. Reputación online
  - 14.7.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
  - 14.7.3. Herramientas de reputación online
  - 14.7.4. Informe de reputación online
  - 14.7.5. *Branding* online

## Módulo 15. *Management* Directivo

- 15.1. *General Management*
  - 15.1.1. Concepto de *General Management*
  - 15.1.2. La acción del Manager General
  - 15.1.3. El Director General y sus funciones
  - 15.1.4. Transformación del trabajo de la dirección
- 15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
  - 15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques



- 15.3. Oratoria y formación de portavoces
  - 15.3.1. Comunicación interpersonal
  - 15.3.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 15.3.3. Barreras en la comunicación
- 15.4. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
  - 15.4.1. La comunicación interpersonal
  - 15.4.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
  - 15.4.3. La comunicación en la organización
  - 15.4.4. Herramientas en la organización
- 15.5. Comunicación en situaciones de crisis
  - 15.5.1. Crisis
  - 15.5.2. Fases de la crisis
  - 15.5.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 15.6. Preparación de un plan de crisis
  - 15.6.1. Análisis de posibles problemas
  - 15.6.2. Planificación
  - 15.6.3. Adecuación del personal
- 15.7. Inteligencia emocional
  - 15.7.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 15.7.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 15.7.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.8. *Branding* Personal
  - 15.8.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
  - 15.8.2. Leyes del branding personal
  - 15.8.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 15.9. Liderazgo y gestión de equipos
  - 15.9.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 15.9.2. Capacidades y desafíos del líder
  - 15.9.3. Gestión de Procesos de Cambio
  - 15.9.4. Gestión de Equipos Multiculturales



*Un programa completo con todo lo necesario para te posiciones dentro de las mejores compañías del sector”*

06

# Metodología

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

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





“

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

## Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

“

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



*Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.*



*El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.*

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo de 4 años, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

*En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.*

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

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



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

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

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

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



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



#### Material de estudio

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

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



#### Clases magistrales

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

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



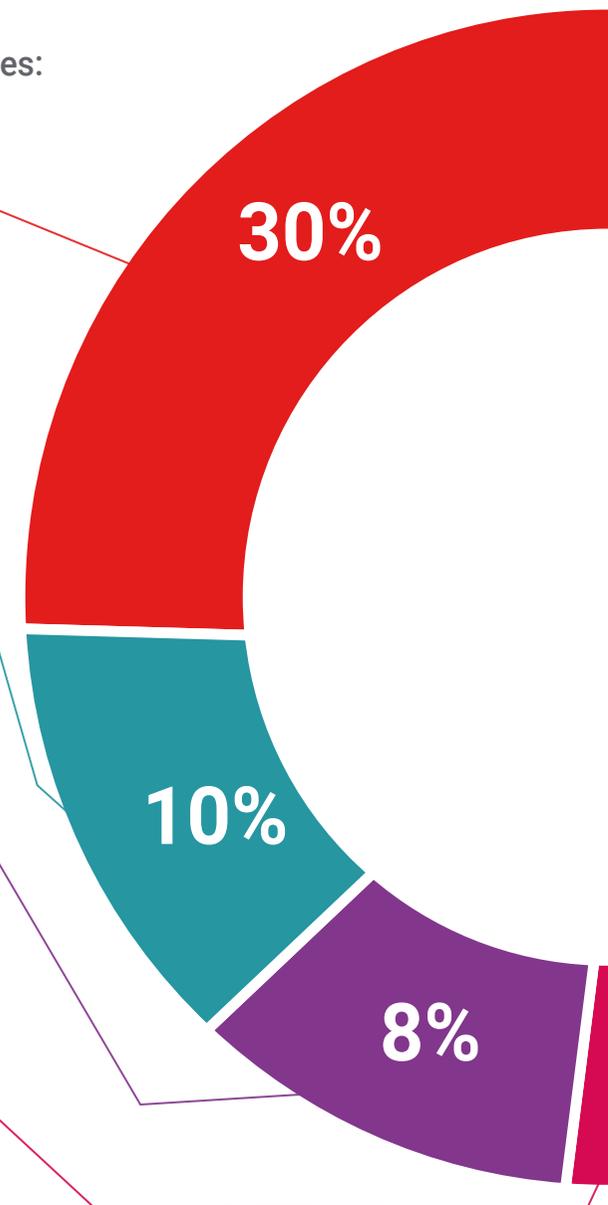
#### Prácticas de habilidades y competencias

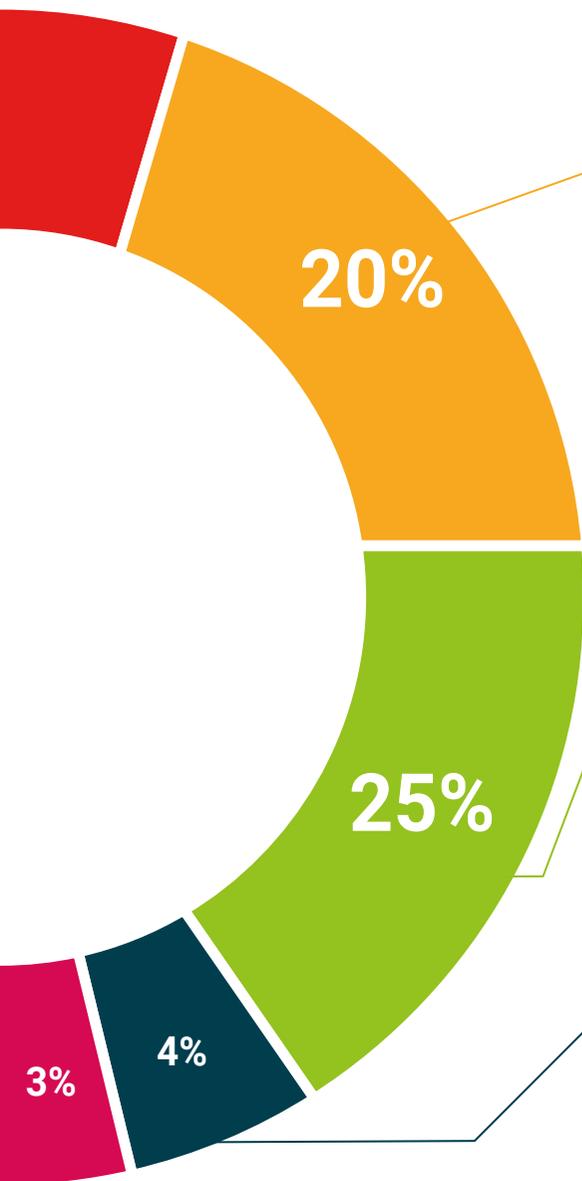
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Lecturas complementarias

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





**Case studies**

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



**Resúmenes interactivos**

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

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



**Testing & Retesting**

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



07

# Titulación

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



“

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





**Máster de Formación  
Permanente**  
MBA en Dirección de  
Empresas de Videojuegos

- » Modalidad: online
- » Duración: 7 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Máster de Formación Permanente

## MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos