Grand Master

Alta Dirección de Estrategia

GMADE



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master
Alta Dirección de Estrategia

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **24 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-estrategia**

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. 22

06 Estructura y contenido — pág. 28

07 Metodología — pág. 42

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 50

09 Dirección del curso — pág. 54

10 Impacto para tu carrera — pág. 58

11 Beneficios para tu empresa — pág. 62

12 Titulación — pág. 66

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocios 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 Tecnológica

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 multivídeo 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.



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 estudios de casos de Harvard Business School"

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), junto a los *"case studies"* de Harvard Business School. 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.

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 Tecnológica.

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

04

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar tus capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa, serás 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"

Tus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El **Grand Master en Alta Dirección de Estrategia** te capacitará para:

01 Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección

02 Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo

03 Seguir los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio

04 Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable



05 Crear estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

06 Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial



07 Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial

08 Entender cuál es la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos en favor de los beneficios de la empresa

09 Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad

10 Entender el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios

11 Ser capaz de gestionar el plan económico y financiero de la empresa

12 Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas

13 Ser capaz de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa

14 Realizar la estrategia de Marketing que permita dar a conocer nuestro producto a nuestros clientes potenciales y generar una imagen adecuada de nuestra empresa



15 Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento

16 Definir los elementos de la estrategia como fundamento principal de la dirección estratégica



17 Conocer los diferentes tipos de estrategia que se pueden llevar a cabo en una empresa

18 Analizar el comportamiento estratégico de una organización a distintos niveles

19 Desarrollar e implantar la estrategia más adecuada para cumplir los objetivos de la empresa

20 Describir la lógica del proceso de dirección estratégica y el significado de cada una de sus fases

21 Definir las relaciones básicas de la empresa con su entorno

22 Analizar la influencia de los stakeholders o grupos de interés sobre la empresa

23 Identificar las distintas sendas de crecimiento por las que pueden optar las empresas

24 Aplicar los conocimientos teóricos a situaciones reales mediante casos prácticos



25 Describir las características, problemáticas e implicaciones humanas, económicas, político-legales y organizativas de las diferentes modalidades de desarrollo estratégico

26 Desarrollar estrategias y metodologías para llevar a cabo procesos de toma de decisión en situaciones críticas o decisivas



27 Desarrollar habilidades de liderazgo que logren la motivación del equipo

28 Aplicar técnicas de Marketing que favorezcan el conocimiento de la empresa

29 Gestionar de manera adecuada las compras y la cadena de suministro

30 Conocer el entorno globalizado en el que se mueve la compañía y desarrollar estrategias que favorezcan la internacionalización de la empresa

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del Grand Master en Alta Dirección de Estrategia, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora.





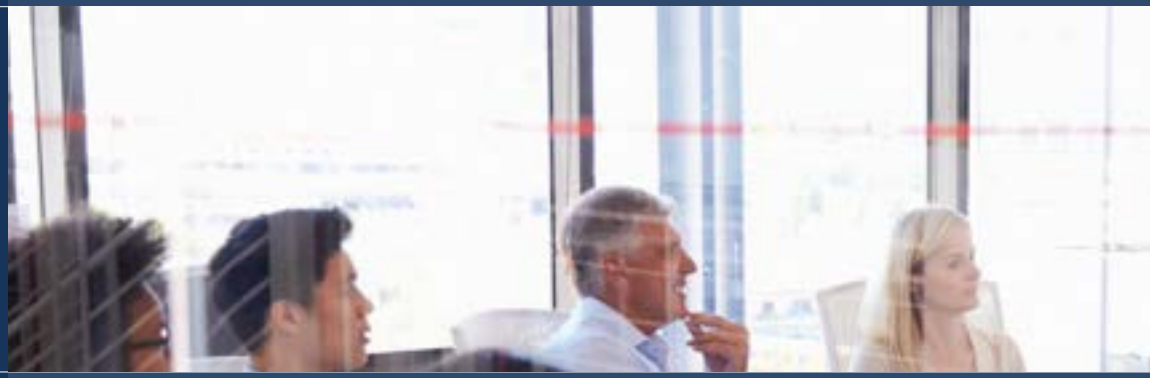
Desarrolla las habilidades necesarias para llevar a cabo con éxito la dirección estratégica de tu empresa"

01 Realizar una gestión global de la empresa, aplicando técnicas de liderazgo que influyan en el rendimiento de los trabajadores, de tal manera que se logren los objetivos de la empresa

02 Formar parte y liderar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03 Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

04 Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa



05 Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

06 Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía



07 Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información

08 Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa

09 Elaborar y liderar planes de Marketing

10 Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa

11 Liderar los diferentes proyectos de la empresa

12 Apostar por el desarrollo sostenible de la compañía, evitando impactos medioambientales

13 Explorar las nuevas oportunidades de negocio y apostar por la innovación y el emprendimiento

14 Llevar a cabo la gestión financiera de la empresa

15 Diseñar y llevar a cabo un planeamiento estratégico que cumpla con los objetivos de la empresa y con los criterios de sostenibilidad vigentes

16 Realizar análisis estratégicos internos y externos

17 Desarrollar estrategias para la prevención y control de riesgos

18 Desarrollar las habilidades directivas precisas para saber gestionar todos los departamentos de la compañía

19 Analizar los datos de la estrategia de la compañía

20 Aplicar una estrategia internacional que permita mejorar los beneficios de la empresa

21 Diseñar una estrategia de compras y aprovisionamiento que permita mejorar la rentabilidad de la empresa

22 Aplicar técnicas de *coaching* e inteligencia emocional para dirigir y promover el rendimiento de los trabajadores

06

Estructura y contenido

El Grand Master en Alta Dirección de Estrategia es un programa diseñado a la medida del estudiante y que se imparte en formato 100% online para que él elija el momento y lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses. Un programa que se desarrolla a lo largo de 24 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases para el éxito como directivo y emprendedor.





Un plan de estudios diseñado estratégicamente para favorecer tu aprendizaje"

Plan de estudios

El Grand Master en Alta Dirección de Estrategia de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 3.000 horas de estudio, se analizarán multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje intensivo que será de gran utilidad para tu práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Grand Master en Alta Dirección de Estrategia trata en profundidad las principales áreas de la empresa, y está diseñado para que los directivos entiendan la dirección empresarial desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan enfocado en la mejora profesional y que prepara al profesional para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende las necesidades de sus estudiantes 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 les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 24 meses y se divide en 17 módulos:

Módulo 1	Liderazgo, ética y RSC
Módulo 2	Dirección estratégica y management directivo
Módulo 3	Dirección de personas y gestión del talento
Módulo 4	Dirección económico-financiera
Módulo 5	Dirección de operaciones y logística
Módulo 6	Dirección de sistemas de información
Módulo 7	Dirección comercial, Marketing y comunicación corporativa
Módulo 8	Innovación y dirección de proyectos
Módulo 9	*Management and strategy*
Módulo 10	Modalidades de desarrollo estratégico
Módulo 11	Planificación estratégica y control de gestión financiera
Módulo 12	Comportamiento organizacional
Módulo 13	Dirección estratégica de personas
Módulo 14	Habilidades directivas
Módulo 15	*Strategy in* Marketing *management*
Módulo 16	Estrategia empresarial y estrategia de operaciones
Módulo 17	*Business & international strategy*



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 24 meses que dura la capacitación, el estudiante podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

1.1. Globalización y gobernanza
1.1.1. Globalización y tendencias: Internacionalización de mercados
1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
1.1.3. Accountability o Rendición de Cuentas

1.2. Liderazgo
1.2.1. Entorno intercultural
1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
1.2.3. Roles y responsabilidades directivas

1.3. Ética empresarial
1.3.1. Ética e integridad
1.3.2. Comportamiento ético en las empresas
1.3.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
1.3.4. Prevención del fraude y de la corrupción

1.4. Sostenibilidad
1.4.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
1.4.2. Impacto social, ambiental y económico
1.4.3. Agenda 2030 y ODS

1.5. Responsabilidad social de la empresa
1.5.1. Responsabilidad Social de las empresas
1.5.2. Roles y responsabilidades
1.5.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa

Módulo 2. Dirección estratégica y *management directivo*

2.1. Análisis y diseño organizacional
2.1.1. Cultura organizacional
2.1.2. Análisis organizacional
2.1.3. Diseño de la estructura organizacional

2.2. *Estrategia Corporativa*
2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional

2.3. Planificación y formulación estratégica
2.3.1. Pensamiento estratégico
2.3.2. Formulación y Planificación estratégica
2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa

2.4. Modelos y patrones estratégicos
2.4.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
2.4.2. Estrategia Corporativa: metodologías
2.4.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa

2.5. Dirección estratégica
2.5.1. Misión, visión y valores estratégicos
2.5.2. Balanced Scorecard/Cuadro de Mando
2.5.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
2.5.4. Dirección estratégica y *reporting*

2.6. Implantación y ejecución estratégica
2.6.1. Implantación estratégica: objetivos, acciones e impactos
2.6.2. Supervisión y alineación estratégica
2.6.3. Enfoque de mejora continua

2.7. Management directivo
2.7.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
2.7.2. Política de Gestión y Procesos
2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Análisis y resolución de casos/ problemas
2.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
2.8.2. Método del Caso
2.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

3.1. Comportamiento organizacional
3.1.1. Teoría de la organizaciónes
3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

3.2. Dirección estratégica de personas
3.2.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
3.2.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
3.2.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
3.2.4. Formación y desarrollo profesional

3.3. Desarrollo directivo y liderazgo
3.3.1. Capacidades directivas: competencias y habilidades del siglo XXI
3.3.2. Habilidades no directivas
3.3.3. Mapa de competencias y habilidades
3.3.4. Liderazgo y dirección de personas

3.4. Gestión del cambio
3.4.1. Análisis del rendimiento
3.4.2. Planteamiento estratégico
3.4.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
3.4.4. Enfoque de mejora continua

3.5. Negociación y gestión de conflictos
3.5.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
3.5.2. Técnicas de negociación efectiva
3.5.3. Conflictos: factores y tipologías
3.5.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación

3.6. Comunicación directiva
3.6.1. Análisis del rendimiento
3.6.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
3.6.3. Gestión de procesos de cambio
3.6.4. Gestión de equipos multiculturales

3.7. Gestión de equipos y desempeño de personas
3.7.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
3.7.2. Gestión de equipos y de personas
3.7.3. Coaching y desempeño de personas
3.7.4. Reuniones directivas: planificación y gestión de tiempos

3.8. Gestión del conocimiento y del talento
3.8.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
3.8.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
3.8.3. Creatividad e innovación

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno económico
4.1.1. Teoría de las organizaciones
4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

4.2. Contabilidad directiva
4.2.1. Marco internacional de Contabilidad
4.2.2. Introducción al ciclo contable
4.2.3. Estados Contables de las empresas
4.2.4. Análisis de los Estados Contables: toma de decisiones

4.3. Presupuesto y control de gestión
4.3.1. Planificación Presupuestaria
4.3.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
4.3.3. Supervisión y reporting

4.4. Responsabilidad fiscal de las empresas
4.4.1. Responsabilidad fiscal corporativa
4.4.2. Procedimiento tributario: aproximación a un caso-país

4.5. Sistemas de control de las empresas
4.5.1. Tipologías de Control
4.5.2. Cumplimiento Normativo/*Compliance*
4.5.3. Auditoría Interna
4.5.4. Auditoría Externa

4.6. Dirección financiera
4.6.1. Introducción a la Dirección Financiera
4.6.2. Dirección Financiera y estrategia corporativa
4.6.3. Director financiero o *Chief Financial Officer (CFO): competencias directivas*

4.7. Planificación financiera
4.7.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
4.7.2. Herramientas de análisis financiero
4.7.3. Planificación Financiera a corto plazo
4.7.4. Planificación Financiera a largo plazo

4.8. Estrategia financiera corporativa
4.8.1. Inversiones Financieras Corporativas
4.8.2. Crecimiento estratégico: tipologías

4.9. Contexto macroeconómico
4.9.1. Análisis Macroeconómico
4.9.2. Indicadores de coyuntura
4.9.3. Ciclo económico

4.10. Financiación estratégica
4.10.1. Negocio Bancario: entorno actual
4.10.2. Análisis y gestión del riesgo

4.11. Mercados monetarios y de capitales
4.11.1. Mercado de Renta Fija
4.11.2. Mercado de Renta Variable
4.11.3. Valoración de empresas

4.12. Análisis y resolución de casos/ problemas
4.12.1. Metodología de Resolución de Problemas
4.12.2. Método del Caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección de las operaciones
5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
5.1.3. Sistemas de indicadores

5.2. Dirección de compras
5.2.1. Gestión de Stocks
5.2.2. Gestión de Almacenes
5.2.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento

5.3. Supply chain management (I)
5.3.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
5.3.2. Cambio en los patrones de demanda
5.3.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

5.4. Supply chain management (II). Ejecución
4.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
4.4.2. Dirección Logística
4.4.3. Compras

5.5. Procesos logísticos
5.5.1. Organización y gestión por procesos
5.5.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
5.5.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
5.5.4. Servicio posventa

5.6. Logística y clientes
5.6.1. Análisis de demanda y previsión
5.6.2. Previsión y planificación de ventas
5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement

5.7. Logística internacional
5.7.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
5.7.2. Formas y medios de pago internacional
5.7.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.8. Competir desde operaciones
5.8.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
5.8.2. Tecnologías y ciencias emergentes
5.8.3. Sistemas de información en las operaciones

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Dirección de sistemas de información
6.1.1. Sistemas de información empresarial
6.1.2. Decisiones estratégicas
6.1.3. Rol del CIO

6.2. Tecnologías de la información y estrategia empresarial
6.2.1. Análisis de empresa y sectores industriales
6.2.2. Modelos de negocio basados en internet
6.2.3. El valor de la IT en la empresa

6.3. Planificación estratégica de SI
6.3.1. El proceso de planificación estratégica
6.3.2. Formulación de la estrategia de SI
6.3.3. Plan de implantación de la estrategia

6.4. Sistemas de información y business intelligence
6.4.1. CRM y Business Intelligence
6.4.2. Gestión de Proye ctos de Business Intelligence
6.4.3. Arquitectura de Business Intelligence

6.5. Nuevos modelos de negocio basados en las TIC
6.5.1. Modelos de negocio de base tecnológica
6.5.2. Capacidades para innovar
6.5.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

6.6. Comercio electrónico
6.6.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
6.6.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
6.6.3. E-Commerce como oportunidad de Internacionalización

6.7. Estrategias de *E-Business*
6.7.1. Estrategias en Social Media
6.7.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
6.7.3. Regulación digital

6.8. *Digital business*
6.8.1. Mobile e-Commerce
6.8.2. Diseño y Usabilidad
6.8.3. Operaciones del Comercio Electrónico

Módulo 7. Dirección comercial, Marketing y comunicación corporativa

7.1. Dirección comercial
7.1.1. Dirección de ventas
7.1.2. Estrategia comercial
7.1.3. Técnicas de venta y de negociación
7.1.4. Dirección de equipos de ventas

7.2. Marketing
7.2.1. Marketing e impacto en la empresa
7.2.2. Variables básicas del Marketing
7.2.3. Plan de Marketing

7.3. Gestión estratégica de Marketing
7.3.1. Fuentes de la innovación
7.3.2. Tendencias actuales en Marketing
7.3.3. Herramientas de Marketing
7.3.4. Estrategia de Marketing y comunicación con los clientes

7. 4. Estrategia de Marketing digital
7.4.1. Aproximación al Marketing Digital
7.4.2. Herramientas de Marketing Digital
7.4.3. Inbound Marketing y evolución del Marketing Digital

7.5. Estrategia de ventas y de comunicación
7.5.1. Posicionamiento y promoción
7.5.2. Relaciones Públicas
7.5.3. Estrategia de ventas y de comunicación

7.6. Comunicación corporativa
7.6.1. Comunicación interna y externa
7.6.2. Departamentos de Comunicación
7.6.3. Directivos de Comunicación (DIRCOM): competencias directivas y responsabilidades

7.7. Estrategia de comunicación corporativa
7.7.1. Estrategia Corporativa de Comunicación
7.7.2. Plan de Comunicación
7.7.3. Redacción de Comunicados de Prensa/ Clipping/Publicity

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

8.1. Innovación
8.1.1. Macro Conceptual de la innovación
8.1.2. Tipologías de innovación
8.1.3. Innovación continua y discontinua
8.1.4. Formación e Innovación

8.2. Estrategia de Innovación
8.2.1. Innovación y estrategia corporativa
8.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
8.2.3. Talleres de innovación

8.3. Diseño y validación del modelo de negocio
8.3.1. Metodología Lean Startup
8.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
8.3.3. Modalidades de financiación
8.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo canvas y métricas
8.3.5. Crecimiento y fidelización

8.4. Dirección y gestión de proyectos
8.4.1. Oportunidades de innovación
8.4.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
8.4.3. Definición y diseño de los proyectos
8.4.4. Ejecución de los Proyectos
8.4.5. Cierre de Proyectos

Módulo 9. *Management and strategy*

9.1. Pensamiento estratégico
9.1.1. La estrategia y su finalidad
9.1.2. *Strategic Thinking and Strategist Skills*
9.1.3. Pensamiento lateral y estrategia de océanos azules
9.1.4. Neurociencia aplicada la estrategia

9.2. Decisiones y decisores estratégicos
9.2.1. Gobierno corporativo
9.2.2. Equipos directivos
9.2.3. Creación de valor

9.3. Estrategia competitiva
9.3.1. Análisis del mercado
9.3.2. Ventaja competitiva sostenible
9.3.3. Retorno de la inversión

9.4. Estrategia corporativa
9.4.1. *Driving corporate strategy*
9.4.2. *Pacing corporate strategy*
9.4.3. *Framing corporate strategy*

9.5. Planificación y estrategia
9.5.1. Relevancia de la Dirección Estratégica en el proceso de Control de Gestión
9.5.2. Análisis del entorno y la organización

9.6. Implantación de la estrategia
9.6.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
9.6.2. Mapa estratégico
9.6.3. Diferenciación y alineamiento

9.7. Modelos de análisis estratégico
9.7.1. Análisis interno
9.7.2. Análisis externo
9.7.3. Fuentes de ventaja competitiva en el sector
9.7.4. Ventajas, desventajas y eficacia del análisis estratégico

9.8. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos
9.8.1. TQM *(Total Quality Management)*
9.8.2. Seis Sigma y *Six Sigma* como sistema de gestión empresarial
9.8.3. Modelo EFQM

9.9. *Lean management*
9.9.1. Principios básicos de *Lean Management*
9.9.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
9.9.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

9.10. Etica y *strategic management*
9.10.1. Integración de la ética y la estrategia
9.10.2. Motivación humana y ética
9.10.3. Calidad ética de las organizaciones

Módulo 10. Modalidades de desarrollo estratégico

10.1. Alianzas estratégicas
10.1.1. *Joint ventures*
10.1.2. Consorcios de exportación
10.1.3. Centrales de compra
10.1.4. Otros tipos de cooperación

10.2. Emprendimiento corporativo
10.2.1. Exploración de nuevas oportunidades de negocio
10.2.2. Creación de prototipos y desarrollo interno
10.2.3. Agentes de cambio interno
10.2.4. Proyectos emergentes y disrupción

10.3. Innovación estratégica
10.3.1. Innovación abierta y triple hélice
10.3.2. Factores de éxito y fracaso de la innovación
10.3.3. Impacto de la gestión de la innovación en el performance empresarial
10.3.4. Pensamiento creativo y *Design Thinking*

10.4. Políticas de inversión
10.4.1. Métodos de valoración de empresas
10.4.2. Estrategia y control de riesgos
10.4.3. Fuentes de financiación

10.5. Fusiones y adquisiciones
10.5.1. Implicaciones financieras y organizativas de las Fusiones y Adquisiciones
10.5.2. Análisis y valoración de sinergias
10.5.3. Técnicas y enfoques de la negociación

10.6. Estrategias de diversificación
10.6.1. Especialización vs. Diversificación
10.6.2. Elección del modo de entrada en la diversificación
10.6.3. Diversificación empresarial y resultados
10.6.4. Estrategias de reestructuración de la cartera de negocios

Módulo 11. Planificación estratégica y control de gestión financiera

11.1. Control de gestión
11.1.1. Política financiera y crecimiento
11.1.2. La información como herramienta del control de gestión
11.1.3. Control de gestión como sistema de planificación y dirección
11.1.4. Funciones del *Controller*
11.1.5. Ámbito de aplicación del control de gestión

11.2. Información financiera y decisiones de gestión
11.2.1. Contabilidad financiera o legal
11.2.2. Contabilidad analítica o de costes
11.2.3. Contabilidad de control

11.3. Gestión de tesorería
11.3.1. Fondo de maniobra contable y fondo de maniobra necesario
11.3.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
11.3.3. *Credit management*
11.3.4. Gestión de fondos, patrimonios y *family offices*

11.4. *Cash management*
11.4.1. Financiación bancaria del circulante
11.4.2. Organización del departamento de tesorería
11.4.3. Gestión centralizada de la tesorería

11.5. Planificación y control de los centros de responsabilidad
11.5.1. Diseño de un sistema de control de gestión
11.5.2. Desviaciones en control de gestión

11.6. El proceso de formulación y planificación estratégica
11.6.1. Formulación y contenido del plan estratégico
11.6.2. *Balanced scoredcard*
11.6.3. Terminología y conceptos básicos

11.7. Planificación organizacional
11.7.1. Unidades de negocio y precios de transferencia
11.7.2. Centros de fabricación, producción, apoyo y ventas
11.7.3. Funciones y responsabilidades de la dirección financiera

11.8. Indicadores como herramienta de control
11.8.1. Cuadro de mando
11.8.2. Número y formato de los indicadores
11.8.3. Planificación estratégica

Módulo 12. Comportamiento organizacional

12.1. Comportamiento organizativo
12.1.1. Las organizaciones
12.1.2. Teoría de la organización
12.1.3. Las organizaciones, las personas y la sociedad
12.1.4. Evolución histórica del comportamiento organizativo

12.2. Cultura organizacional
12.2.1. Valores y cultura organizativa
12.2.2. Elementos clave del cambio en las organizaciones
12.2.3. Evolución del pensamiento científico y la organización como sistema
12.2.4. Cultura y Transformación

12.3. Dirección de la organización
12.3.1. Niveles y las cualidades directivas
12.3.2. Función de planificación y organización
12.3.3. Función de gestión y de control
12.3.4. El nuevo rol del director de RR. HH.

12.4. Gestión del conocimiento
12.4.1. Inteligencia colectiva vs. Gestión del conocimiento
12.4.2. Perspectivas e instrumentos para la gestión del conocimiento
12.4.3. Entornos colaborativos y comunidades de aprendizaje

12.5. Las personas en las organizaciones
12.5.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
12.5.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
12.5.3. *Coaching y gestión de equipos*

12.6. Estructura de la organización
12.6.1. Principales mecanismos de coordinación
12.6.2. Departamentos y organigramas
12.6.3. Autoridad y responsabilidad
12.6.4. *El empowerment*

Módulo 13. Dirección estratégica de personas

13.1. Liderazgo estratégico para la economía de los intangibles
13.1.1. Estrategias de alineamiento cultural
13.1.2. Liderazgo corporativo y diferenciador
13.1.3. Agente de cambio y transformación

13.2. Pensamiento estratégico y sistema
13.2.1. La empresa como un sistema
13.2.2. Pensamiento estratégico derivado de la cultura corporativa
13.2.3. El planteamiento estratégico desde la dirección de personas
13.2.4. Diseño e implementación de políticas y prácticas de personal

13.3. *Diseño organizativo estratégico*
13.3.1. Modelo de *business partners*
13.3.2. *Share Services*
13.3.3. *Outsourcing*

13.4. *HR analytics*
13.4.1. *Big Data* y *Business Intelligence. (BI)*
13.4.2. Análisis y modelización de datos de RRHH
13.4.3. Diseño y desarrollo de métricas de RRHH

13.5. Liderazgo estratégico
13.5.1. Modelos de liderazgo
13.5.2. *Coaching*
13.5.3. *Mentoring*
13.5.4. Liderazgo transformacional

13.6. Auditoría y control estratégico en gestión de personas
13.6.1. Razones para la auditoría
13.6.2. Herramientas de recogida de información y de análisis
13.6.3. El informe de auditoría

Módulo 14. Habilidades directivas

14.1. Oratoria y formación de portavoces
14.1.1. Comunicación interpersonal
14.1.2. Habilidades comunicativas e influencia
14.1.3. Barreras para la comunicación

14.2. Comunicación y liderazgo
14.2.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
14.2.2. Motivación
14.2.3. Capacidades y habilidades del líder 2.0

14.3. *Branding* personal
14.3.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
14.3.2. Leyes del *branding* personal
14.3.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

14.4. Gestión de equipos
14.4.1. Equipos de trabajo y dirección de reuniones
14.4.2. Gestión de procesos de cambio
14.4.3. Gestión de equipos multiculturales
14.4.4. *Coaching*

14.5. Negociación y resolución de conflictos
14.5.1. Técnicas de negociación efectiva
14.5.3. Conflictos interpersonales
14.5.3. Negociación intercultural

14.6. Inteligencia emocional
14.6.1. Inteligencia emocional y comunicación
14.6.2. Asertividad, empatía y escucha activa
14.6.3. Autoestima y lenguaje emocional

14.7. Capital relacional: *Coworking*
14.7.1. Gestión del Capital Humano
14.7.2. Análisis del rendimiento
14.7.3. Gestión de la igualdad y diversidad
14.7.4. Innovación en la gestión de personas

14.8. Gestión del tiempo
14.8.1. Planificación, organización y control
14.8.2. Metodología de la gestión del tiempo
14.8.3. Planes de acción
14.8.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

Módulo 15. *Strategy in* Marketing *management*

15.1. *Marketing management*
15.1.1. *Positioning and Value Creation*
15.1.2. Orientación y posicionamiento de la empresa al Marketing
15.1.3. Marketing estratégico vs. Marketing operativo
15.1.4. Objetivos en dirección de Marketing
15.1.5. Comunicaciones integradas de Marketing

15.2. Función del Marketing estratégico
15.2.1. Principales estrategias de Marketing
15.2.2. Segmentación, *targeting* y posicionamiento
15.2.3. Gestión del Marketing estratégico

15.3. Dimensiones de la estrategia del Marketing
15.3.1. Recursos e inversiones necesarias
15.3.2. Fundamentos de la ventaja competitiva
15.3.3. Comportamiento competitivo de la empresa
15.3.4. *Focus* Marketing

15.4. Estrategias de desarrollo de nuevos productos
15.4.1. Creatividad e innovación en Marketing
15.4.2. Generación y filtrado de ideas
15.4.3. Análisis de viabilidad comercial
15.4.4. Desarrollo, pruebas de mercado y comercialización

15.5. Políticas de fijación de precios
15.5.1. Metas a corto y largo plazo
15.5.2. Tipos de fijación de precios
15.5.3. Factores que influyen en la determinación del precio

15.6. Estrategias de promoción y *merchandising*
15.6.1. Gestión de la Publicidad
15.6.2. Plan de comunicación y medios
15.6.3. El *merchandising* como técnica de Marketing
15.6.4. *Visual merchandising*

15.7. Estrategias de distribución, expansión e intermediación
15.7.1. Externalización de la fuerza de ventas y atención al cliente
15.7.2. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios
15.7.3. Gestión del ciclo de ventas

15.8. Desarrollo del plan de Marketing
15.8.1. Análisis y diagnóstico
15.8.2. Decisiones estratégicas
15.8.3. Decisiones operativas

Módulo 16. Estrategia empresarial y estrategia de operaciones

16.1. Nuevos escenarios en *supply chain management*
16.1.1. Gestión en entornos multiculturales
16.1.2. La innovación en SCM
16.1.3. Orientación a la demanda a través de operaciones flexibles
16.1.4. Filosofías y técnicas utilizadas en Japón

16.2. *Visión global de la supply chain management*
16.2.1. Oportunidades y amenazas de la SCM
16.2.2. Diseño Estratégico de la *Supply Chain*
16.2.3. Tendencias

16.3. La estrategia de operaciones
16.3.1. Introducción a la estrategia y niveles estratégicos
16.3.2. La gestión por procesos
16.3.3. Gestión de stocks

16.4. Toma de decisiones en logística
16.4.1. Análisis de decisiones
16.4.2. La dirección y la planificación global de operaciones
16.4.3. Gestión del riesgo en SC
16.4.4. Toma de decisiones *Hard y Soft*

16.5. *Lean operations strategy*
16.5.1. Sinergias estratégicas con áreas funcionales
16.5.2. Operadores logísticos
16.5.3. Matriz proceso-producto.

16.6. *Gestión estratégica de compras*
16.6.1. Nuevos retos en la gestión de compras, *sourcing* y aprovisionamiento
16.6.2. Función de Compras en la empresa y en la cadena de suministro
16.6.3. Función de Compras como proveedora de recursos
16.6.4. Aspectos legales de la función de Compras

16.7. Aprovisionamiento estratégico
16.7.1. Selección y desarrollo de proveedores
16.7.2. Generación de valor desde el aprovisionamiento estratégico
16.7.3. Operadores logísticos en aprovisionamiento

16.8. Diseño de la estrategia de compras
16.8.1. Externalización
16.8.2. Subcontratación de procesos
16.8.3. Globalización
16.8.4. Deslocalización

Módulo 17. *Business & international strategy*

17.1. *Business & international strategy*
17.1.1. Internacionalización
17.1.2. *Growth & development in emerging markets*
17.1.3. Sistema monetario internacional

17.2. Dirección estratégica de negocios internacionales
17.2.1. La internacionalización en el nuevo orden mundial
17.2.2. La influencia de la cultura en los negocios internacionales
17.2.3. La selección de mercados y países
17.2.4. Deslocalización y *Offshoring*

17.3. Estrategias de internacionalización
17.3.1. Razones y Requisitos para la salida a mercados exteriores
17.3.2. Alianzas estratégicas en el proceso de expansión internacional
17.3.3. Formas de entrada en nuevos mercados internacionales

17.4. Decisiones de internacionalización
17.4.1. Estudios de mercado y toma de decisiones
17.4.2. Elección de la localización y modo de operación
17.4.3. Elección de la forma jurídica adecuada

17.5. Etapas del proceso de internacionalización
17.5.1. Análisis de demanda internacional
17.5.2. Diagnóstico del potencial de exportación
17.5.3. Planificación de la internacionalización
17.5.4. Etapas en la exportación

17.6. Internacionalización según el tipo de empresa
17.6.1. Empresas de producto y empresas de servicio
17.6.2. Empresas internacionalizadas y empresas multinacionales
17.6.3. La pyme y su modelo de internacionalización

17.7. Obstáculos a la internacionalización
17.7.1. Restricciones legales
17.7.2. Obstáculos logísticos, financieros y comerciales
17.7.3. Obstáculos en la inversión directa

17.8. *Cross-cultural management*
17.8.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
17.8.2. La globalización en la gestión empresarial
17.8.3. Liderazgo intercultural

Un programa de alto nivel en el que encontrarás la información más novedosa del mercado”



08

Perfil de nuestros alumnos

Nuestro Grand Master en Alta Dirección de Estrategia es un programa dirigido a profesionales con experiencia, que quieran actualizar sus conocimientos y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.



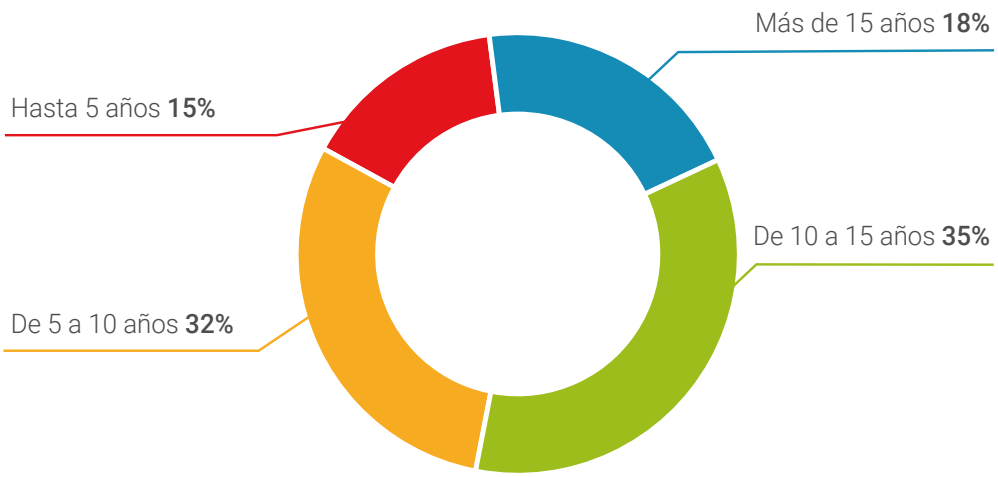


Buscamos con profesionales con amplia experiencia que deseen especializarse en un sector indispensable a nivel empresarial"

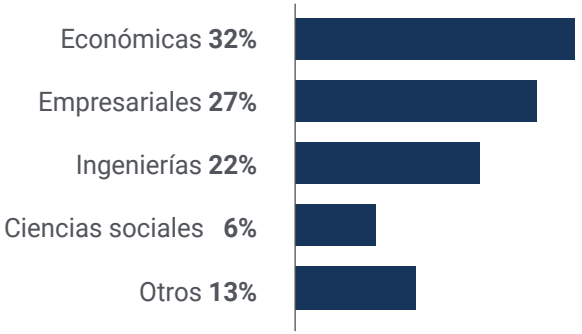
Edad media

Entre **35** y **45** años

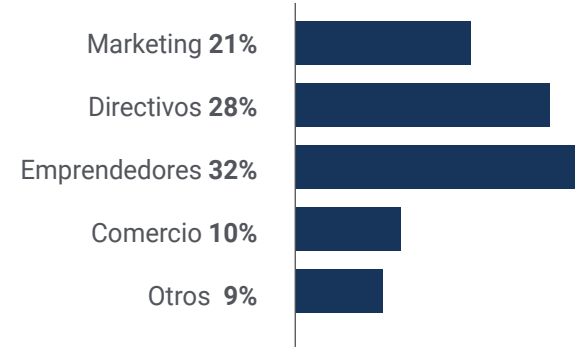
Años de experiencia



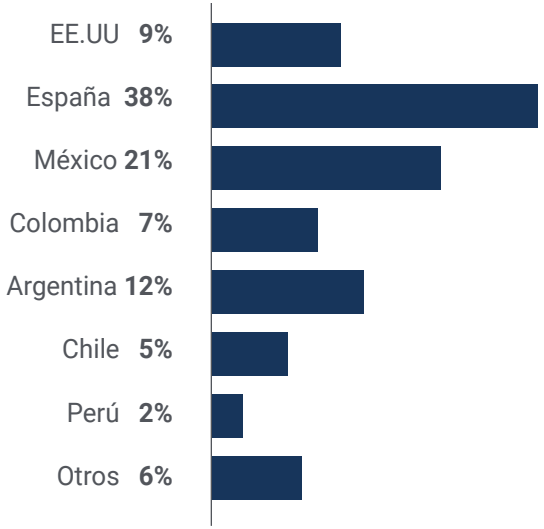
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Manuel Megolla

Director de una multinacional

"Realizar este programa de TECH ha sido indispensable para mejorar mi capacitación y, por tanto, mi seguridad, a la hora de desarrollarme profesionalmente. Al principio, pensaba que sería imposible compaginar la realización de este Grand Master con mi trabajo y vida privada. Sin embargo, su formato 100% online me ayudó a conseguirlo. Sin duda, un programa que recomiendo a todos los que deseen especializarse en dirección estratégica empresarial"

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en dirección estratégica empresarial, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el Grand Master de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.





Nuestro equipo docente te mostrará todas las claves para que dirijas con éxito tu negocio"

Dirección



Dr. Fernández Curtiella, Francisco Javier

- Investigador del Observatorio CIIC – Centro Internacional en Innovación Continua
- Coordinador del Departamento de Ciencias Sociales–Colegio San Gabriel. Alcalá de Henares, Madrid
- Profesor de Filosofía en Centro educativo concertado-privado. Colegio San Gabriel. Alcalá de Henares, Madrid
- Profesor del curso Aprendizaje Basado en Problemas en la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) 2019
- Doctorado en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid



10

Impacto para tu carrera

Somos conscientes 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. Y, por ello, TECH pone todos sus esfuerzos y herramientas a disposición del estudiante, para que adquiera las habilidades y destrezas necesarias que le permitan lograr ese cambio.





Ponemos todos nuestros recursos académicos a tu alcance para ayudarte a conseguir el cambio profesional que deseas”

La especialización superior es indispensable para lograr ascender en el trabajo. Conscientes de ello, en TECH creamos este programa de gran calidad para ayudarte a lograr una mejora laboral.

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

El Grand Master en Alta Dirección de Estrategia de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara al estudiantel para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarle a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

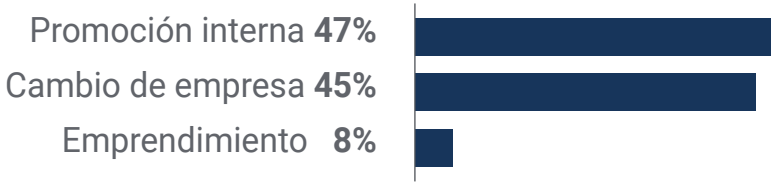
Generar un cambio positivo

No dejes pasar la oportunidad de estudiar en TECH. Encontrarás una oportunidad única para mejorar tu empleabilidad.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

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

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

11

Beneficios para tu empresa

El Grand Master en Alta Dirección de Estrategia contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentando la capacitación y mejorando las habilidades directivas. Pero, además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Tras realizar este Grand Master aportarás a la empresa una nueva visión de negocio”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El estudiante Aportarás aportará 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 directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

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

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a nuestros alumnos de las competencias necesarias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El Grand Master en Alta Dirección de Estrategia te garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este **Grand Master en Alta Dirección de Estrategia** 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 **Grand Master** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Grand Master, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Grand Master en Alta Dirección de Estrategia**

N.º Horas Oficiales: **3.000 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

GRAND MASTER

en

Alta Dirección de Estrategia

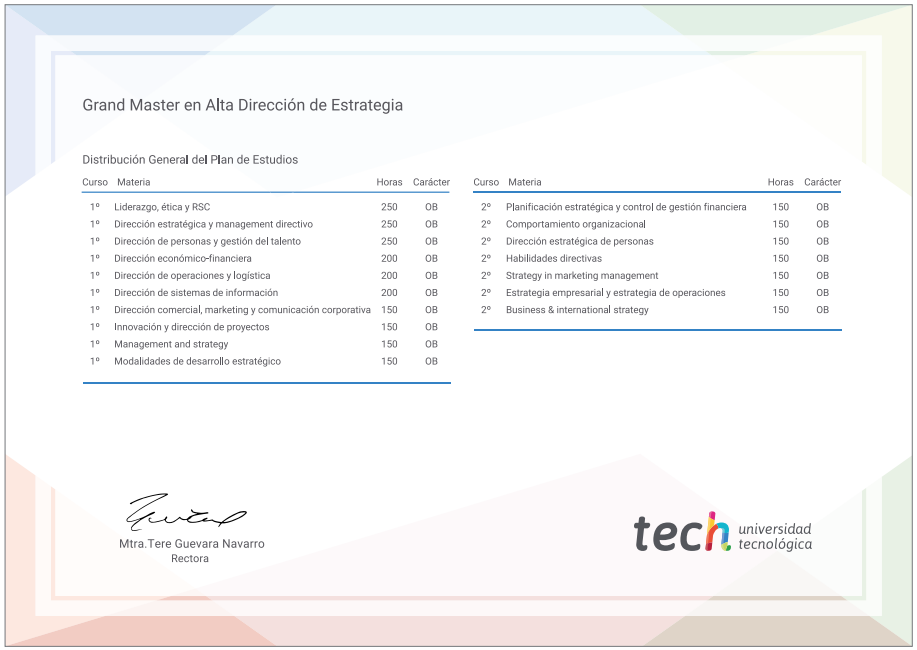
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 3.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Grand Master en Alta Dirección de Estrategia

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Liderazgo, ética y RSC	250	OB
1º	Dirección estratégica y management directivo	250	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	250	OB
1º	Dirección económico-financiera	200	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	200	OB
1º	Dirección de sistemas de información	200	OB
1º	Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa	150	OB
1º	Innovación y dirección de proyectos	150	OB
1º	Management and strategy	150	OB
1º	Modalidades de desarrollo estratégico	150	OB
2º	Planificación estratégica y control de gestión financiera	150	OB
2º	Comportamiento organizacional	150	OB
2º	Dirección estratégica de personas	150	OB
2º	Habilidades directivas	150	OB
2º	Strategy in marketing management	150	OB
2º	Estrategia empresarial y estrategia de operaciones	150	OB
2º	Business & international strategy	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

Grand Master
Alta Dirección de Estrategia

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **24 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

Alta Dirección de Estrategia



tech universidad tecnológica