# Grand Master

## Alta Dirección Internacional

GMADI



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

# Grand Master
## Alta Dirección Internacional

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-alta-direccion-internacional**

# 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 Impacto para tu carrera — pág. 54

10 Beneficios para tu empresa — pág. 58

11 Titulación — pág. 62

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

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





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

## En TECH Universidad 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 las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en el desarrollo profesional. Tras el programa, será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.





*Este programa te ayudará a especializarte en la dirección internacional de negocios para que seas más competitivo en tu práctica diaria"*

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

El **Grand Master Alta Dirección Internacional** 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 Crear estrategias innovadoras acordes a los proyectos

17 Diseñar estrategias para identificar, analizar y desarrollar oportunidades de negocio en mercados internacionales

18 Implementar operaciones y actividades estratégicas en International Business

19 Estructurar y gestionar empresas internacionales

20 Implementar la tecnología y los sistemas de información para obtener una ventaja competitiva

21 Desarrollar las habilidades necesarias para crear y gestionar proyectos multinacionales

22 Diseñar estrategias para gestionar los recursos humanos en un entorno diverso e internacional

23 Analizar los aspectos políticos, económicos, legales y culturales del entorno internacional y su repercusión en el éxito de la empresa

24 Identificar los riesgos financieros y las oportunidades que conllevan los negocios internacionales

25 Tener un profundo conocimiento sobre los mercados de divisas

26 Ser capaz de participar con éxito en la financiación de operaciones en mercados internacionales

27 Tener un amplio conocimiento de los organismos financieros internacionales





28 Saber identificar el talento en compañías internacionales

29 Aplicar herramientas de marketing que sean de gran utilidad para mejorar la imagen y reputación de la compañía a nivel internacional

30 Conocer en profundidad el régimen jurídico del comercio internacional

05

# Competencias

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





*Adquiere las competencias necesarias para desarrollarte con éxito en la dirección internacional de negocios”*

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 Manejarse estratégicamente en entornos globalizados, logrando alcanzar el éxito a nivel empresarial

14 Dirigir de manera exitosa una empresa internacional y sus recursos humanos

15 Apostar por la innovación y la creación para el diseño de nuevos productos

16 Conocer en profundidad la distribución y organización de una multinacional



17 Realizar inversiones internacionales que sean de gran valor para lograr los beneficios de la empresa

18 Gestionar y dirigir de manera adecuada todos los departamentos de la compañía



19 Conocer la fiscalidad internacional que será de aplicación a la empresa, debido a su participación en mercados globalizados

20 Desarrollar el marketing digital y comercio electrónico como parte indispensable de la compañía

21 Gestionar todos los procesos de la compañía para controlar los niveles de calidad departamento

22 Conocer de manera profunda la normativa internacional que debe tenerse en cuenta a la hora de llevar a cabo negocios internacionales

06

# Estructura y contenido

El Grand Master en Alta Dirección Internacional es un programa diseñado a la medida que se imparte en formato 100% online para que elija el momento y lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses. Un programa que se desarrolla a lo largo de 2 años y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases para el éxito como directivo y emprendedor.





*Un programa muy bien estructurado, gracias al cual podrás realizar un recorrido por los conceptos más novedosos sobre la dirección internacional de negocios"*

## Plan de estudios

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

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

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

Este programa se desarrolla a lo largo de 2 años 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** | Dirección y management en empresas internacionales |
| **Módulo 10** | Finanzas e inversiones internacionales I |
| **Módulo 11** | Finanzas e inversiones internacionales II |
| **Módulo 12** | Dirección internacional de personas y gestión de la diversidad |
| **Módulo 13** | Operativa internacional. Aplicación de *Lean Logistics* |
| **Módulo 14** | Marketing y ventas internacionales |
| **Módulo 15** | Derecho y fiscalidad internacional |
| **Módulo 16** | Marketing digital y comercio electrónico |
| **Módulo 17** | Innovación y desarrollo en el ámbito internacional |



## ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 2 años que dura la capacitación, se podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que permitirá autogestionar el 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 organizaciones
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* (1)
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* (2). Ejecución
5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
5.4.2. Dirección logística
5.4.3. 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. Marco 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.** Dirección y *Management* en empresas internacionales

### 9.1. *Cross-cultural Management*
9.1.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
9.1.2. La globalización en la gestión empresarial
9.1.3. Liderazgo intercultural
9.1.4. Empresa, gobierno y sociedad

### 9.2. Control de gestión
9.21. Plan estratégico
9.2.2. El Proceso de Control de Gestión
9.2.3. Presupuesto y medición de resultados

### 9.3. Dirección estratégica de negocios internacionales
9.3.1. La internacionalización en el nuevo orden mundial
9.3.2. La influencia de la cultura en los negocios internacionales
9.3.3. La selección de mercados y países
9.3.4. Deslocalización y *Offshoring*

### 9.4. Estrategias de internacionalización
9.4.1. Razones y Requisitos para la salida a mercados exteriores
9.4.2. Alianzas estratégicas en el proceso de expansión internacional
9.4.3. Formas de entrada en nuevos mercados internacionales

### 9.5. Decisiones de internacionalización
9.5.1. Estudios de mercado y toma de decisiones
9.5.2. Elección de la localización y modo de operación
9.5.3. Elección de la forma jurídica adecuada

### 9.6. Etapas del proceso de internacionalización
9.6.1. Análisis de demanda internacional
9.6.2. Diagnóstico del potencial de exportación
9.6.3. Planificación de la internacionalización
9.6.4. Etapas en la exportación

### 9.7. Internacionalización según el tipo de empresa
9.7.1. Empresas de producto y empresas de servicio
9.7.2. Empresas internacionalizadas y empresas multinacionales
9.7.3. La pyme y su modelo de internacionalización

### 9.8. Obstáculos a la internacionalización
9.8.1. Restricciones legales
9.8.2. Obstáculos logísticos, financieros y comerciales
9.8.3. Obstáculos en la inversión directa

## **Módulo 10.** Finanzas e inversiones internacionales I

### 10.1. *Business & international strategy*
10.1.1. Internacionalización
10.1.2. *Growth & development in emerging markets*
10.1.3. Sistema monetario internacional

### 10.2. Macroeconomía y política monetaria
10.2.1. El PIB
10.2.2. El equilibrio financiero
10.2.3. El papel del sector público
10.2.4. Política monetaria y política fiscal

### 10.3. La crisis financiera actual
10.3.1. Fallos del sistema financiero internacional
10.3.2. Normas contables y contabilidad creativa
10.3.3. Malas prácticas bancarias
10.3.4. Paraísos fiscales

### 10.4. Mercado de divisas
10.4.1. Operaciones con divisas
10.4.2. El mercado anticipado de divisas
10.4.3. Instrumentos derivados para la cobertura del riesgo del tipo cambio y tipo de interés
10.4.4. Apreciación y depreciación de la moneda

### 10.5. Liberalización de mercados financieros
10.5.1. Eurodólares y euro-obligaciones
10.5.2. Nuevos títulos internacionales
10.5.3. Globalización

### 10.6. Los mercados financieros
10.6.1. Características de los mercados financieros
10.6.2. Funciones de los mercados financieros
10.6.3. Componentes de los mercados financieros

### 10.7. Medios de pago y cobro internacionales
10.7.1. Billetes, Cheque personal y Cheque bancario
10.7.2. Transferencia, Orden de pago y Remesa
10.7.3. Cláusulas y créditos documentarios
10.7.4. Factorización, permuta internacional y otros medios

### 10.8. Financiación de operaciones en mercados internacionales
10.8.1. *Incoterms*
10.8.2. Instrumentos derivados para la cobertura de posibles fluctuaciones del precio de las materias primas
10.8.3. Créditos a la exportación con apoyo oficial
10.8.4. Cobertura con contratos de intercambio (*swap*)
10.8.5. El consenso OCDE.

## **Módulo 11.** Finanzas e inversiones internacionales II

### 11.1. Instituciones financieras internacionales
11.1.1. El fondo para la internacionalización de la empresa
11.1.2. El Grupo del Banco Mundial
11.1.3. El Banco Interamericano de Desarrollo
11.1.4. El Banco de Desarrollo del Caribe

### 11.2. Formación de las tasas de cambio
11.2.2. Teoría de la paridad de las tasas de interés
11.2.3. Teoría de las expectativas de los tipos de cambio
11.2.4. Teoría de la paridad del poder adquisitivo (PPA)
11.2.5. Equilibrio del mercado de capitales

### 11.3. Programas de conversión de deuda
11.3.1. Marco legal
11.3.2. Funcionamiento
11.3.3. Conversión de Deuda en Inversiones Públicas
11.3.4. Conversión de Deuda en Inversiones Privadas

### 11.4. La inversión en la empresa
11.4.1. Conceptos y clasificación
11.4.2. Etapas en el estudio del Proyecto de inversión
11.4.3. La inversión como operación financiera

### 11.5. Métodos de valoración económica
11.5.1. Plazo de recuperación
11.5.2. Flujo de caja total y medio por unidad monetaria comprometida
11.5.3. Valor Actualizado Neto y Tasa interna de rentabilidad
11.5.4. Plazo de recuperación descontado e índice de rentabilidad
11.5.5. Rentabilidad esperada del VAN

### 11.6. Análisis técnico y análisis fundamental
11.6.1. Definición y ámbito de aplicación
11.6.2. Estudio de gráficos y tendencias
11.6.3. Estudio sectorial y bursátil en el análisis fundamental
11.6.4. Ratios y análisis fundamental

### 11.7. Análisis de inversiones en ambiente de riesgo
11.7.1. El ajuste de la tasa de descuento
11.7.2. Reducción de los flujos de caja a condiciones de certeza
11.7.3. Simulación de escenarios

### 11.8. Mercado bursátil internacional
11.8.1. Mercado Wall Street (New York)
11.8.2. Mercado del oro
11.8.3. Deuda externa mundial
11.8.4. Club de París
11.8.5. Mercado de títulos ADR y GDR

## **Módulo 12.** Dirección internacional de personas y gestión de la diversidad

### 12.1. Gestión del talento en compañías internacionales
12.1.1. Visión global de la gestión del talento
12.1.2. El mapa de talento de la organización
12.1.3. Tendencias culturales y de internacionalización
12.1.4. Internacionalización de la Gestión del Talento

### 12.2. Gestión de carreras internacionales
12.2.1. El perfil del profesional internacional
12.2.2. *Global Mobility*
12.2.3. Gestión de Expatriados

### 12.3. Gestión de la diversidad
12.3.1. Trabajar con la diversidad
12.3.2. Diversidad, RSC y *Coaching*
12.3.3. Gestión de la igualdad y diversidad
12.3.4. Gestión de equipos multiculturales

### 12.4. Nuevo marco de relaciones laborales
12.4.1. Reforma Laboral
12.4.2. La negociación del convenio colectivo
12.4.3. Relaciones estratégicas con los sindicatos
12.4.4. Relaciones laborales y reestructuraciones empresariales

### 12.5. HR marketing: una visión internacional
12.5.1. *Employer Branding*
12.5.2. *HR Customer Experience*

### 12.6. Multinacionales y derechos humanos
12.6.1. Globalización, derechos humanos y empresas multinacionales
12.6.2. Multinacionales frente al Derecho internacional
12.6.3. Instrumentos jurídicos específicos

### 12.7. Gestión de la expatriación
12.7.1. Gestión del proceso de expatriación
12.7.2. La repatriación
12.7.3. Competencias individuales para el éxito en destinos internacionales

### 12.8. Retribución de los expatriados
12.8.1. Retribución económica
12.8.2. Lugar y moneda de pago
12.8.3. Políticas de impuestos

## **Módulo 13.** Operativa internacional. Aplicación de *Lean Logistics*

### 13.1. *Global supply chain*
13.1.1. *Global Supply Chain Planning*
13.1.2. Gestión global de la cadena de suministro: logística y mercados internacionales
13.1.3. El triple eje de la cadena de suministro

### 13.2. Gestión de las importaciones
13.2.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
13.2.2. Instituciones y acuerdos de comercio internacional
13.2.3. Legislación Aduanera
13.2.4. Dirección de plantas y compras internacionales

### 13.3. Distribución logística internacional
13.3.1. Operador de transporte internacional
13.3.2. *Hubs* y distribución

### 13.4. *Incoterms* y gestión documentaria internacional
13.4.1. Exportación o implantación
13.4.2. El contrato de agencia, distribución y compraventa internacional
13.4.3. La propiedad industrial e intelectual.
13.4.4. Clasificación arancelaria

### 13.5. Formas y medios de pago internacional
13.5.1. La elección del medio de pago
13.5.2. El crédito documentario
13.5.3. Garantía bancaria y crédito documentario

### 13.6. *Internacional Lean Logistics*
13.6.1. Fundamentos *Lean* con aplicación en logística internacional
13.6.2. Estrategias de eliminación de desperdicios logísticos
13.6.3. Principales implicaciones y requerimientos
13.6.4. Otras metodologías de mejora de procesos

### 13.7. Operati va *Lean*
13.7.1. Decisiones *Lean*
13.7.2. Herramientas *Lean*
13.7.3. *Lean* y mejora continua en SCM

### 13.8. Creación de valor
13.8.1. Definición de estrategias logísticas internacionales
13.8.2. *Economic Value Added*
13.8.3. Proyectos Internacionales

## **Módulo 14.** Marketing y ventas internacionales

### 14.1. La investigación de mercados internacionales
14.1.1. *Emerging Markets Marketing*
14.1.2. Análisis PES
14.1.3. ¿Qué, cómo y dónde exportar?
14.1.4. Estrategias de marketing-mix internacional

### 14.2. Segmentación internacional
14.2.1. Criterios para la de segmentación de mercados a nivel internacional
14.2.2. Nichos de mercado
14.2.3. Estrategias de segmentación internacional

### 14.3. Posicionamiento internacional
14.3.1. *Branding* en mercados internacionales
14.3.2. Estrategias de posicionamiento en los mercados internacionales
14.3.3. Marcas globales, regionales y locales

### 14.4. Estrategias de producto en mercados internacionales
14.4.1. Modificación, adaptación y diversificación de productos
14.4.2. Productos estandarizados globales
14.4.3. El portafolio de producto

### 14.5. Precios y exportación
14.5.1. Cálculo de los precios de exportación
14.5.2. *Incoterms*
14.5.3. Estrategia internacional de precio

### 14.6. Calidad en Marketing internacional
14.6.1. Calidad y el Marketing internacional
14.6.2. Las Normas y Certificaciones
14.6.3. El Marcado CE

### 14.7. Promoción a nivel internacional
14.7.1. El MIX de promoción internacional
14.7.2. *Advertising* y publicidad
14.7.3. Ferias internacionales
14.7.4. Marca País

### 14.8. Distribución a través de canales internacionales
14.8.1. *Channel & Trade Marketing*
14.8.2. Consorcios de exportación
14.8.3. Tipos de exportación y comercio exterior

**Módulo 15.** Derecho y fiscalidad internacional

### 15.1. Régimen jurídico del comercio internacional
15.1.1. Derecho de los negocios internacionales
15.1.2. Reglamentación de las relaciones comerciales de carácter transnacional
15.1.3. Autorregulación del mercado
15.1.4. Ámbito del *soft law* en el Derecho de los negocios transnacionales

### 15.2. Derechos de propiedad industrial y comercio internacional
15.2.1. Mecanismos internacionales de registro y de cooperación
15.2.2. Normativa internacional e impacto de la ordenación mundial del comercio
15.2.3. Derechos de ámbito supranacional

### 15.3. Propiedad intelectual y competencia desleal
15.3.1. Objeto y contenido de los derechos
15.3.2. Tutela transfronteriza de la propiedad intelectual
15.3.3. Competencia desleal y mercado interior
15.3.4. Derecho de defensa de la competencia

### 15.4. Sociedades en el ámbito internacional
15.4.1. Constitución de sociedades
15.4.2. Establecimiento de sociedades fuera del Estado de constitución
15.4.3. Movilidad y transformación de sociedades
15.4.4. Derecho de sociedades y Unión Europea

### 15.5. Contratación comercial internacional
15.5.1. Negocios internacionales y significado de la ley del contrato
15.5.2. Formación y contenido del contrato
15.5.3. Determinación del régimen jurídico

### 15.6. Compraventa internacional y contratos auxiliares
15.6.1. Compraventa internacional de mercaderías.
15.6.2. Contratos de transporte internacional de mercaderías
15.6.3. Medios de pago
15.6.4. Contratos de seguro, garantía y financiación

### 15.7. Contratos de colaboración
15.7.1. Distribución comercial
15.7.2. Transferencia de tecnología y propiedad industrial
15.7.3. Comercio electrónico y redes de telecomunicaciones

### 15.8. Derecho concursal y arbitraje comercial internacional
15.8.1. Presupuestos y desarrollo del concurso
15.8.2. Eficacia extraterritorial del concurso y coordinación entre procedimientos
15.8.3. Configuración de la actividad arbitral internacional y convenio arbitral
15.8.4. Procedimiento arbitral e intervención judicial
15.8.5. Control jurisdiccional del laudo arbitral

### 15.9. Planificación fiscal internacional
15.9.1. Instrumentos financieros híbridos
15.9.2. La planificación de la inversión extranjera
15.9.3. Fiscalidad de las operaciones inmobiliarias internacionales
15.9.4. Precios de transferencia

### 15.10. Obligaciones fiscales internacionales
15.10.1. Fiscalidad en determinados países
15.10.2. Políticas de movilidad Internacional
15.10.3. Obligaciones de retención en rentas del trabajo
15.10.4. Medidas anti-evasión en los convenios de doble imposición

## **Módulo 16.** Marketing digital y comercio electrónico

### 16.1. Estrategia en marketing digital
16.1.1. Segmentación y posicionamiento en el contexto competitivo
16.1.2. Nuevas estrategias de marketing de productos y servicios
16.1.3. *From Innovation to Cash Flow*

### 16.2. Estrategia tecnológica
16.2.1. Conceptos básicos sobre desarrollo Web
16.2.2. *Hosting y cloud computing*
16.2.3. Gestores de Contenido (CMS)
16.2.4. Formatos y medios digitales
16.2.5. Plataforma tecnológicas de e-commerce

### 16.3. Regulación digital
16.3.1. Políticas de privacidad y LOPD
16.3.2. Usurpación de perfiles y seguidores falsos
16.3.3. Aspectos legales del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital

### 16.4. Investigación de mercados online
16.4.1. Herramientas de investigación cuantitativas en mercados online
16.4.2. Herramientas de investigación cualitativas dinámicas de los clientes

### 16.5. Digital e-Commerce *Management*
16.5.1. Nuevos modelos de negocio e-Commerce
16.5.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
16.5.3. Estructura tecnológica en e-Commerce

### 16.6. Operaciones y logística en el comercio electrónico
16.6.1. ¿Cómo gestionar el fulfillment?
16.6.2. Gestión digital del punto de venta
16.6.3. *Contact center management*
16.6.4. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos

### 16.7. Implementando técnicas de e-Commerce
16.7.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico
16.7.2. Estrategia *multichannel*
16.7.3. Personalización de *Dashboards*

### 16.8. *Digital pricing*
16.8.1. Medios y pasarelas de pago online
16.8.2. Promociones electrónicas
16.8.3. Temporización digital de precios
16.8.4. *E-auctions*

### 16.9. Estrategias en social media
16.9.1. El plan de comunicación corporativa 2.0
16.9.2. Las relaciones públicas corporativas y el social media
16.9.3. Análisis y evaluación de resultados

### 16.10. *Community management*
16.10.1. Funciones, tareas y responsabilidades del *Community manager*
16.10.2. *Social Media Manager*
16.10.3. *Social Media Strategist*

## **Módulo 17.** Innovación y desarrollo en el ámbito internacional

### 17.1. Pensamiento creativo: innovación
17.1.1. La innovación en la empresa tecnológica
17.1.2. Técnicas de fomento de la creatividad
17.1.3. Proceso de concepción de ideas innovadoras

### 17.2. La propiedad industrial e intelectual
17.2.1. Propiedad industrial
17.2.2. Marcas y nombres de dominio
17.2.3. Propiedad intelectual

### 17.3. Ingeniería de procesos
17.3.1. Estrategias de innovación
17.3.2. Innovación abierta
17.3.3. Organización y cultura innovadoras
17.3.4. Equipos multifuncionales

### 17.4. Innovación e ingeniería de producto
17.4.1. Gestión del desarrollo de producto
17.4.2. Los prototipos

### 17.5. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos
17.5.1. Diseño de nuevos productos
17.5.2. *Lean Design*
17.5.3. Industrialización de nuevos productos
17.5.4. Fabricación y montaje

### 17.6. Reingeniería para la innovación radical de los procedimientos de negocio de la empresa
17.6.1. Orígenes y evolución de la reingeniería de procesos
17.6.2. Objetivos de la reingeniería
17.6.3. Enfoque correcto de la reingeniería

### 17.7. *Project management*
17.7.1. *Agile Development*
17.7.2. *Lean Management* en *Startups*
17.7.3. *Project tracking and project steering*

### 17.8. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos
17.8.1. TQM (*Total Quality Management*)
17.8.2. Seis Sigma y *Six Sigma* como sistema de gestión empresarial
17.8.3. Modelo EFQM



08

# Perfil de nuestros alumnos

El Grand Master en Alta Dirección Internacional 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.



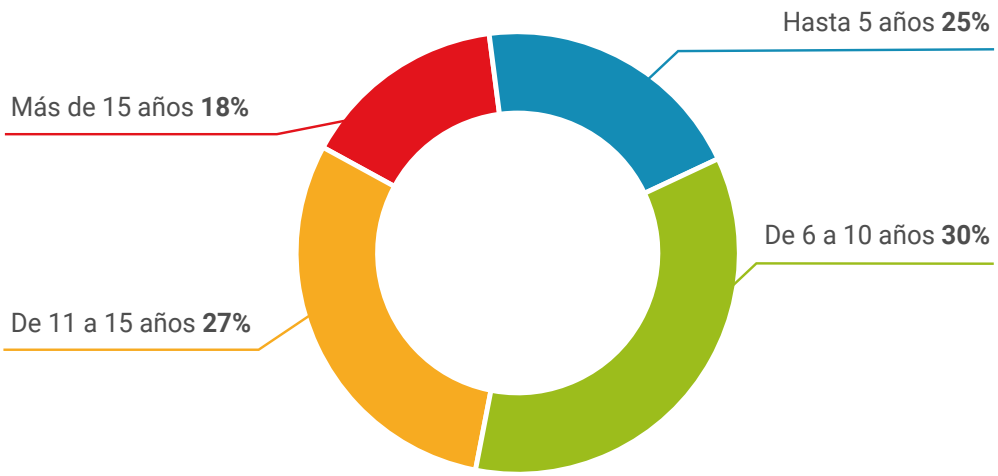


*Si tienes experiencia en dirección empresarial, y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa"*

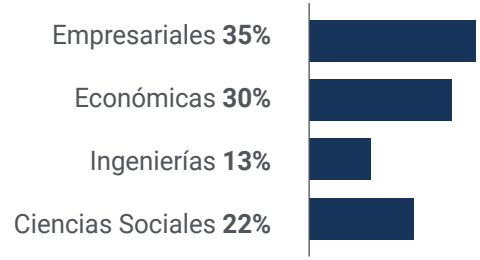
## Edad media

Entre **35** y **45** años

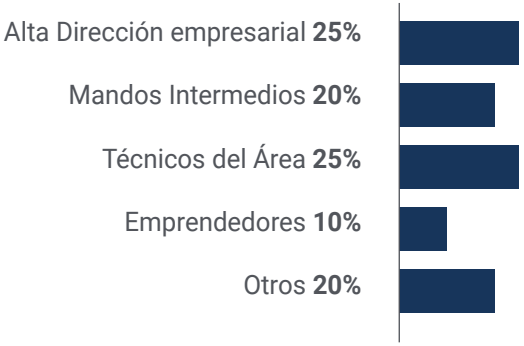
## Años de experiencia



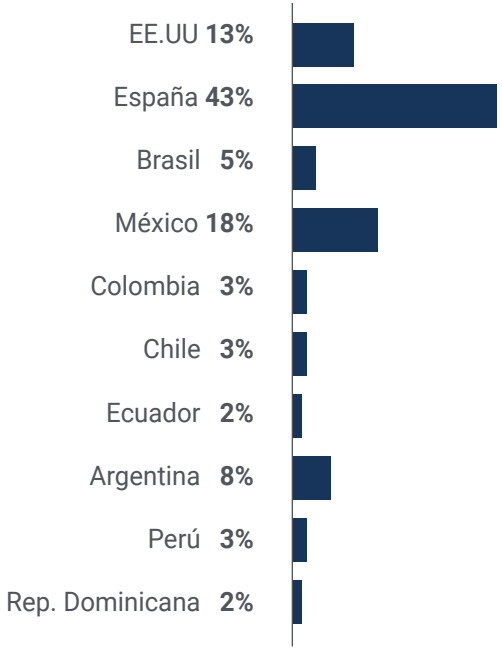

## Formación




## Perfil académico



## Distribución geográfica






# Mónica Martínez

**Directora de una multinacional**

*"La realización de este Grand Master me ha permitido ascender en mi profesión hasta convertirme en la directora de la compañía en la que llevo años trabajando. Sin duda, un éxito profesional que no hubiera conseguido de no ser por esta especialización de gran calidad que me ha ofrecido TECH"*

09

# Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y, por ello, se ponen todos los esfuerzos y herramientas a disposición para que adquiera las habilidades y destrezas necesarias que permitan lograr ese cambio.





*En TECH dirigimos todos nuestros esfuerzos para ayudarte a conseguir el cambio profesional que mereces”*

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

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

Si quiere superarse a si mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es el sitio.

*Un amplio porcentaje de nuestros alumnos alcanza el éxito laboral tras estudiar con nosotros.*

*Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, no dejes pasar la oportunidad de especializarte en TECH.*

**Generar un cambio positivo**

### 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 €** |

10

# Beneficios para tu empresa

El Grand Master en Alta Dirección Internacional 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, aumentado la capacitación y mejorando las habilidades directivas. Pero, además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una potente red de contactos para 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

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

02

### Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

### Construcción de agentes de cambio

Ser 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

Poder 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 dota a los alumnos de las competencias necesarias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

# Titulación

El Grand Master en Alta Dirección Internacional 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 Internacional** 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 Internacional**

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 Internacional

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 Internacional

Distribución General del Plan de Estudios

| Curso | Materia | Horas | Carácter |
|---|---|---|---|
| 1º | Liderazgo, ética y RSC | 176 | OB |
| 1º | Dirección estratégica y management directivo | 176 | OB |
| 1º | Dirección de Personas y Gestión del Talento | 176 | OB |
| 1º | Dirección Económico-financiera | 176 | OB |
| 1º | Dirección de operaciones y logística | 176 | OB |
| 1º | Dirección de sistemas de información | 176 | OB |
| 1º | Dirección Comercial, Marketing y Comunicación Corporativa | 176 | OB |
| 1º | Innovación y dirección de proyectos | 176 | OB |
| 1º | Dirección y management en empresas internacionales | 176 | OB |

| Curso | Materia | Horas | Carácter |
|---|---|---|---|
| 1º | Finanzas e inversiones internacionales I | 177 | OB |
| 1º | Finanzas e inversiones internacionales II | 177 | OB |
| 1º | Dirección internacional de personas y gestión de la diversidad | 177 | OB |
| 1º | Operativa internacional. Aplicación de lean logistics | 177 | OB |
| 1º | Marketing y ventas internacionales | 177 | OB |
| 1º | Derecho y fiscalidad internacional | 177 | OB |
| 1º | Marketing digital y comercio electrónico | 177 | OB |
| 1º | Innovación y desarrollo en el ámbito internacional | 177 | 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 Internacional

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**

# Grand Master
## Alta Dirección Internacional



tech universidad tecnológica