Máster Título Propio

MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

MBATDCDO



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-transformacion-digital-cdo-chief-digital-officer**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 26

07 Metodología — pág. 38

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 46

09 Dirección del curso — pág. 50

10 Impacto para tu carrera — pág. 54

11 Beneficios para tu empresa — pág. 58

12 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 análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

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

Análisis

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

Excelencia académica

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

Economía de escala

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

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

Dado que el CDO debe abarcar multitud de campos tecnológicos para desempeñar su función con éxito, el objetivo que persigue este programa es el de proporcionar las herramientas, estrategias y conocimientos adecuados que influyan directamente en su labor diaria. Para ello, se ha preparado un material didáctico extenso, que abarca multitud de áreas de la gestión tecnológica, control de procesos y conductas de liderazgo en el ámbito del *Chief Digital Officer*.





Tendrás el mejor material didáctico a tu disposición, en un aula virtual disponible las 24 horas del día para que accedas a ella cuando quieras"

Los objetivos de los estudiantes son los de TECH. Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El **MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)** capacitará al alumno para:

01 Dominar las diferentes soluciones tecnológicas BPM y seleccionar la que más se adecue a cada organización

02 Identificar procesos de innovación que permitan la creación de nuevos productos y servicios tecnológicos

03 Modelar y realizar el diseño de los procesos de negocio usando la metodología BPM, elaborando mapas y documentación de procesos





04 Desarrollar un marco conceptual para el análisis de la madurez digital y de los desafíos a nivel de estrategia, procesos, tecnología, cultura y personas que enfrenta la organización en el nuevo paradigma digital

05 Implantar la automatización de los procesos y la integración con clientes, proveedores, trabajadores, organizaciones, documentos, sistemas y tecnología

06 Desarrollar una visión estratégica que te permita liderar los procesos de cambio de la gestión de la innovación y de la transformación digital

07 Dominar las distintas tendencias tecnológicas que están aconteciendo para que pueda tener una visión estratégica y global a la hora de aplicarlas en sus proyectos

09 Adquirir una visión estratégica y capacidad para definir un plan de Marketing, mediante el análisis exhaustivo de las herramientas a utilizar en: redes sociales, *influencer Marketing*, *email Marketing*, posicionamiento SEO, *mobile Marketing* y ASO, campañas de *Paid*-media, Marketing de afiliación, publicidad programática, programas de fidelización y acciones *Co-Branding*



08 Establecer la estrategia digital, entendiendo esta con una visión 360º, aplicada a la experiencia del cliente como a la experiencia interna en la empresa

10 Conocer y reflexionar sobre las distintas tendencias conductuales en los usuarios, así como la nueva comunicación que van a tener que afrontar todas las empresas

11 Implementar el *Business Process Management* de manera oportuna y exitosa

12 Crear modelos de procesos teniendo en cuenta los tipos de notación más utilizados, conociendo sus aspectos relevantes, con el fin de elegir el tipo de modelado adecuado para cada escenario



13 Diseñar el proceso deseado y evaluar el desempeño del mismo, formulando indicadores de gestión según el nivel de la organización

14 Desarrollar estructuras sólidas sobre las principales temáticas jurídicas relacionadas con los procesos de transformación digital, con el fin de que éste obtenga una visión crítica sobre el impacto de la tecnología en el derecho y los principales retos que se han generado en el ámbito digital

05

Competencias

La Transformación Digital exige a los directivos una serie de competencias refinadas no solo en el evidente ámbito tecnológico, sino también en el manejo de entornos en constante cambio, analítica de procedimientos empresariales o la optimización y control de dichos procesos. Por esta razón, el directivo encontrará en este programa un contenido eminentemente práctico, focalizado a la mejora directa de sus competencias incluso antes de finalizarlo, pudiendo incorporar a su trabajo diario las habilidades más destacadas del puesto de CDO.





Harás valer tu trabajo, esfuerzo y capacidad de liderazgo gracias al perfeccionamiento de habilidades y gestión digital que adquirirás en este programa"

01 Entender el impacto de la transformación digital en los clientes, procesos, modelos de negocio, talento humano y herramientas de trabajo

02 Aplicar el uso de las nuevas herramientas tecnológicas en tu organización

03 Adquirir una visión estratégica para liderar los procesos de cambio de la gestión de la innovación y de la transformación digital

04 Crear un equipo de transformación digital entendiendo qué áreas de la empresa y perfiles deben estar involucrados



05 Analizar el impacto en el negocio del uso de las tecnologías actuales

06 Liderar los cambios que están transformando los procesos organizacionales



07 Analizar el entorno digital: repercusiones, retos y oportunidades, desde la perspectiva del marketing

08 Desarrollar la visión y capacidad estratégica para definir un plan de marketing, así como las herramientas que se están utilizando en la actualidad

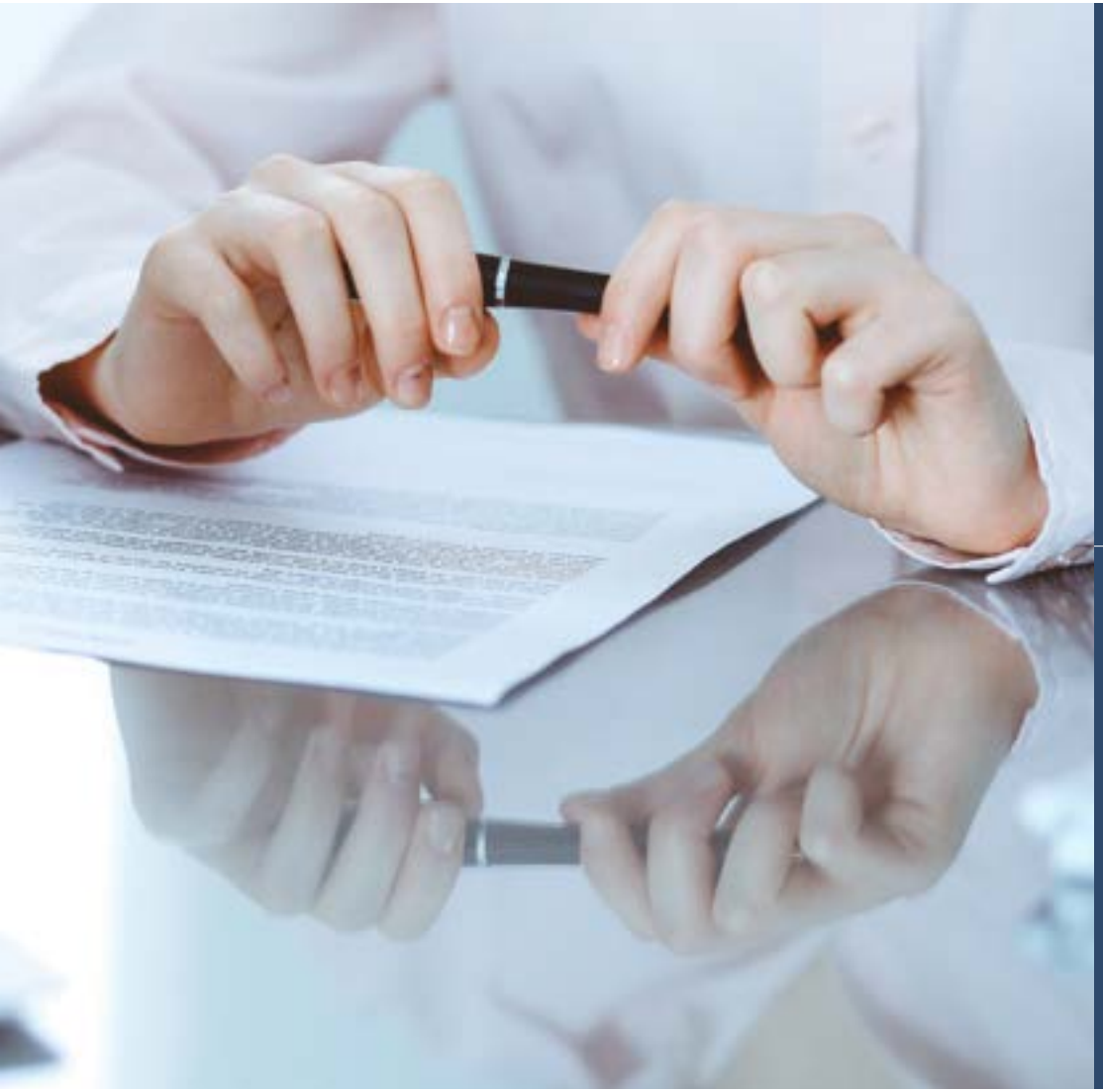
09 Liderar y gestionar el área de marketing digital a nivel empresarial

10 Dominar los avances en los nuevos formatos publicitarios, teniendo así el conocimiento necesario para apostar por ellos en tu futura estrategia

11 Aplicar una estrategia digital al ver el impacto que está teniendo en los distintos sectores de la actualidad

12 Reconocer si la empresa cuenta con los elementos necesarios para una implementación exitosa del proyecto BPM





13 Crear modelos de procesos de negocio teniendo en cuenta los tipos de notación más utilizados

14 Planificar y organizar los recursos disponibles para garantizar una protección jurídica integral de la empresa

06

Estructura y contenido

Siguiendo la metodología pedagógica del *Relearning*, todos los contenidos de este programa favorecen una enseñanza natural y efectiva, que no requiere de una inversión de ingentes horas de estudio para poder superarse. Al contrario, los múltiples recursos multimedia, vídeo resúmenes y casos simulados basados en ejemplos reales hacen que la experiencia académica sea mucho más enriquecedora, obteniendo incluso acceso a una guía de referencia de gran utilidad en el día a día del CDO más avanzado.





Impulsa definitivamente tu trayectoria laboral hacia los puestos de responsabilidad más elevados del ámbito digital con este MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)"

Plan de estudios

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que lo prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la gestión integral de proyectos. El 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 1.500 horas de estudio, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que le permitirá realizar un aprendizaje más contextual, facilitando su comprensión. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para especializar a directivos que entiendan la dirección de proyectos desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para usted, enfocado en la mejora profesional y que prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende sus necesidades y las de la 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 12 meses y se divide en 10 módulos:

Módulo 1	El entorno digital en los procesos
Módulo 2	La transformación digital en la empresa
Módulo 3	La nueva era digital: *Internet of Things (IoT)*
Módulo 4	La transformación digital como estrategia 360º
Módulo 5	Canales de marketing en la era digital
Módulo 6	Nuevas conductas en la transformación digital de las empresas
Módulo 7	*Business Process Management* (BPM)
Módulo 8	Modelado y análisis de procesos
Módulo 9	Control y optimización de procesos
Módulo 10	Aspectos jurídicos de la transformación digital



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

Módulo 1. El entorno digital en los procesos

1.1. El mundo digital
1.1.1. Tendencias y oportunidades
1.1.2. Transformación digital: opción o necesidad
1.1.3. El impacto de la era digital en los clientes

1.2. Impacto de la transformación digital
1.2.1. En comunicación interna y externa
1.2.2. En canales de ventas y cliente
1.2.3. Nuevos modelos de negocio

1.3. Gestión por procesos
1.3.1. Procesos
1.3.2. Proceso y ciclo de Deming
1.3.3. Mapas de procesos
1.3.3.1. Estratégicos de dirección
1.3.3.2. Operativos o de la cadena de valor
1.3.3.3. Soporte o apoyo

1.4. Optimización en la gestión por procesos
1.4.1. El enfoque basado en procesos
1.4.2. Fases de la mejora de procesos
1.4.3. La mejora continua y la organización

1.5. Innovación en procesos
1.5.1. *Design Thinking*
1.5.2. Enfoque *Agile*
1.5.3. *Lean Startup*

1.6. Estrategia digital en la empresa
1.6.1. Marketing digital y comercio electrónico
1.6.2. Integrando el marketing tradicional y digital
1.6.3. Herramientas del marketing online

1.7. Entorno organizacional
1.7.1. Gestión del cambio
1.7.2. Estrategia de gestión del cambio
1.7.3. Implementación del cambio organizacional

1.8. Análisis y gestión de datos
1.8.1. Historia, evolución y tendencias de la analítica web
1.8.2. La importancia de la analítica de datos
1.8.3. *Big Data* y la inteligencia empresarial
1.8.3.1. *Big Data*
1.8.3.2. *Business Intelligence* (BI)

1.9. Innovación y tecnología
1.9.1. Empresas innovadoras
1.9.2. Factores de competitividad. Creatividad e Innovación
1.9.3. Innovación y gerencia de procesos

1.10. Aplicaciones de uso y casos de éxito
1.10.1. Camino de la transformación digital
1.10.2. Proyectando la transformación digital
1.10.3. Como triunfar en la transformación digital

Módulo 2. La transformación digital en la empresa

2.1. Transformación digital y empresarial
2.1.1. Digitalización vs. Transformación Digital
2.1.2. Social *Business*: plataformas, procesos y personas
2.1.3. Modelos organizativos

2.2. *Smart Company* o Empresa 4.0
2.2.1. Diferencia entre *Smart Company*, *Digital Company* y *Tradicional Company*
2.2.2. Claves de la gestión en empresas nativas digitales
2.2.3. Diseño, fabricación, logística y distribución de la Empresa 4.0

2.3. Transformación digital
2.3.1. Retos de la transformación digital
2.3.2. Ventajas de la transformación digital
2.3.3. Barreras de la transformación digital

2.4. Tipologías de Transformación digital
2.4.1. Transformación digital por tipo de empresas
2.4.2. Transformación digital por modelo de negocio
2.4.3. Transformación digital por perfil de usuario

2.5. Perfiles que lideran la transformación digital por áreas
2.5.1. Tecnología
2.5.2. Marketing y *Growth*
2.5.3. Recursos humanos
2.5.4. Dirección

2.6. Planificación estratégica de TI/SI
2.6.1. El plan TI/SI
2.6.2. Estructura de un plan TI/SI
2.6.3. Fases de un plan TI/SI

2.7. Gestión de proyectos de sistemas de información
2.7.1. Requerimientos funcionales y no funcionales
2.7.2. Tipologías de sistemas de información
2.7.3. Modelo entidad-relación

2.8. Diferencias entre metodologías
2.8.1. Diferencias entre *Design Thinking, Lean Startup, Agile, Growth Hacking*
2.8.2. Profundizando en la metodología *Growth Hacking*
2.8.3. Otras metodologías: *Design Sprint, Kanban* y *Six Sigma*

2.9. Competencias digitales
2.9.1. Visión estratégica, comunicativa y ágil
2.9.2. Analítica de datos
2.9.3. Gestión de la creatividad
2.9.4. Seguridad

2.10. Consecuencias de la transformación digital
2.10.1. Digitalización de la sociedad
2.10.2. División digital
2.10.3. Trabajo flexible, trabajo por objetivos y teletrabajo

Módulo 3. La nueva era digital: *Internet of Things (IoT)*

3.1. Internet *Of Things*
3.1.1. Análisis de Internet *Of Things*
3.1.2. Alcance y evolución
3.1.3. Implicaciones de la transformación para las compañías

3.2. *Big Data*
3.2.1. *Big Data* y *Small Data*
3.2.2. Las 4 V del *Big Data*
3.2.3. Analítica predictiva
3.2.4. Enfoque *Data Driven*

3.3. *Cloud Productivity*
3.3.1. Características
3.3.2. Modelos de implementación
3.3.3. Niveles o capas

3.4. Tecnología *Blockchain*
3.4.1. *Blockchain*
3.4.2. Beneficios del *Blockchain*
3.4.3. Aplicaciones del *Blockchain* en el mundo empresarial

3.5. Inteligencia artificial (IA)
3.5.1. Inteligencia artificial
3.5.2. Tipos de inteligencia artificial
3.5.3. Aplicaciones de la inteligencia artificial
3.5.4. *Machine Learning* vs. Inteligencia artificial

3.6. La realidad extendida (RX)
3.6.1. Realidad extendida
3.6.2. Realidad virtual (VR)
3.6.3. Realidad aumentada (AR)
3.6.4. Realidad mixta (MR)

3.7. *Augmented humans o human* 2.0
3.7.1. *Human enhancement technologies* (HET)
3.7.2. *Biohacking*
3.7.3. *Accelerated Learning*

3.8. Impresión 3D
3.8.1. Evolución y alcance de la impresión 3D
3.8.2. Tipos de impresión 3D
3.8.3. Aplicaciones de la impresión 3D

3.9. Servicios basados en la localización (LBS)
3.9.1. *Bluetooth Low Energy* (BLE): *Beacons*
3.9.2. Ubicación GPS
3.9.3. Ubicación inalámbrica: *Geofending* y geoetiquetado (RFID y NFC, códigos de barras, escáneres QR)

3.10. Tecnología 5G
3.10.1. Conectividad
3.10.2. Ventajas del 5G
3.10.3. Aplicaciones

Módulo 4. La transformación digital como estrategia 360º

4.1. Estrategia 360º
4.1.1. *Brand Awareness*
4.1.2. *Content mapping y Customer Journey*
4.1.3. Estrategia *Always On*

4.2. *Rebranding*
4.2.1. *Rebranding*
4.2.2. ¿Cuándo aplicar una estrategia de *Rebranding?*
4.2.3. ¿Cómo aplicar una estrategia de *Rebranding*?

4.3. HR Marketing
4.3.1. *Recruitment* Marketing
4.3.2. Fases del HR Marketing
4.3.3. Estrategia de comunicación: interna y externa

4.4. Marketing relacional
4.4.1. Marketing Relacional
4.4.2. Inbound Marketing
4.4.3. Herramientas

4.5. Comunidades y ecosistemas de innovación
4.5.1. Ecosistemas de innovación
4.5.2. Tipos de perfiles
4.5.3. Claves para tener una comunidad interna y externa

4.6. Social *Selling*
4.6.1. Social *Selling*
4.6.2. ¿Cómo aplicar una estrategia de Social *Selling*?
4.6.3. Aplicaciones basadas en el Social Selling

4.7. Marketing experiencial
4.7.1. Marketing Experiencial
4.7.2. Objetivos en una campaña de Marketing Experiencial
4.7.3. Uso de la tecnología en el Marketing Experiencial

4.8. *Branded content* y Publicidad nativa
4.8.1. *Branded content* y *Debranding*
4.8.2. *Content Marketing* vs. *Brand journalism*
4.8.3. Publicidad Nativa

4.9. *Real Time Marketing*
4.9.1. *Real Time Marketing*
4.9.2. Preparación de una campaña de *Real Time Marketing*
4.9.3. La personalización como concepto clave
4.9.4. Responsabilidad social corporativa

4.10. Indicadores clave del rendimiento (KPIS) en la era digital
4.10.1. Indicadores organizacionales
4.10.2. Indicadores de innovación
4.10.3. Indicadores de marketing

Módulo 5. Canales de marketing en la era digital

5.1. Redes sociales
5.1.1. Relacionales
5.1.2. De entretenimiento
5.1.3. Profesionales
5.1.4. De nicho

5.2. *Influencer Marketing*
5.2.1. Clasificación de influencers
5.2.2. Diseño de campañas con influencers
5.2.3. Tipos de campañas con influencers

5.3. *E-mail Marketing*
5.3.1. Objetivos del *E-mail Marketing*
5.3.2. Factores clave del *E-mail Marketing*
5.3.3. *E-mail automation*

5.4. Página Web y SEO
5.4.1. Página Web
5.4.2. SEO *OnPage*
5.4.3. SEO *Off Page*

5.5. Aplicaciones móviles y ASO
5.5.1. Tipos de aplicaciones
5.5.2. Conceptos clave
5.5.3. Posicionamiento ASO

5.6. Campañas pagadas
5.6.1. Estrategia Paid Media
5.6.2. Google ADS
5.6.3. Facebook ADS

5.7. Marketing de afiliación
5.7.1. Análisis del marketing de afiliación
5.7.2. Tipos de marketing de afiliación
5.7.3. Aspectos clave

5.8. Publicidad programática
5.8.1. Publicidad programática
5.8.2. Actores fundamentales
5.8.3. Beneficios de la publicidad programática
5.8.4. Real *time Bidding* (RTB)

5.9. Programas de fidelización
5.9.1. Programa de fidelización
5.9.2. Importancia de la gamificación
5.9.3. Tipos de programas de fidelización

5.10. *Co-Branding*
5.10.1. Campaña de *Co-Branding*
5.10.2. Tipos de *Co-Branding*
5.10.3. *Co-Branding* vs. *Co-Marketing*

Módulo 6. Nuevas conductas en la transformación digital de las empresas

6.1. Nuevas conductas adoptadas
6.1.1. Social *distancing*
6.1.2. A-commerce
6.1.3. Mentor *to Protége* (M2P)

6.2. Tendencias en la comunicación
6.2.1. Marketing inclusivo y social
6.2.2. Ecología y proximidad
6.2.3. Humanización
6.2.4. Diferenciación

6.3. Evolución de los contenidos
6.3.1. Evolución del *Fast Content*
6.3.2. Contenido inmediato
6.3.3. Del *Storytelling al Storydoing*
6.3.4. El auge del contenido premium

6.4. La evolución de las búsquedas
6.4.1. La intención de búsqueda
6.4.2. Voice Marketing
6.4.3. Visual *Search*
6.4.4. Búsquedas interactivas

6.5. Avances de los soportes
6.5.1. La publicidad digital OOH
6.5.2. Televisión conectada y vídeo *Over-the-top* (OTT)
6.5.3. *Podcasting* y audio online
6.5.4. *Streaming*

6.6. *Customer Centric*
6.6.1. *Customer Centric* vs. *Customer Experience* vs. *Product centric*
6.6.2. *User Generated Content*
6.6.3. *Share of voice*
6.6.4. Personalización

6.7. La evolución del e-commerce
6.7.1. Evolución y perspectivas
6.7.2. Tipos de sistemas
6.7.3. Tipos de e-commerce

6.8. Economía conductual
6.8.1. Economía conductual
6.8.2. Tipos de sesgos y *Nudges*
6.8.3. CRO
6.8.4. UX vs. UI

6.9. Transformación Digital: físico + digital
6.9.1. Era de la digitalización
6.9.2. Social, *Location y Mobile* (SoLoMo)
6.9.3. Evolución de los métodos de pago
6.9.4. Nuevos retos para el *Retail*

6.10. Evolución por sectores en el entorno Digital
6.10.1. Turismo
6.10.2. Movilidad
6.10.3. Salud

Módulo 7. *Business Process Management* (BPM)

7.1. Arquitectura empresarial
7.1.1. Visión holística de la arquitectura empresarial
7.1.2. Cadena de valor
7.1.3. Arquitectura de procesos

7.2. Diagnóstico del BPM
7.2.1. *Business Process Management*
7.2.2. Motores del negocio
7.2.3. Elementos necesarios para una implementación exitosa
7.2.4. Ciclo de madurez

7.3. Principios del BPM
7.3.1. Adaptabilidad del contexto
7.3.2. Continuidad
7.3.3. Desarrollo de competencias
7.3.4. Holismo
7.3.5. Institucionalización
7.3.6. Participación de actores claves
7.3.7. Lenguaje común
7.3.8. Propósito
7.3.9. Simplicidad
7.3.10. Apropiación de la tecnología

7.4. Beneficios del BPM
7.4.1. Empresariales
7.4.2. Clientes
7.4.3. Gestión
7.4.4. *Stakeholders*
7.4.5. Aplicaciones del BPM
7.4.5.1. *Business Process Improvement* (BPI)
7.4.5.2. *Enterprise Process Management* (EPM)
7.4.5.3. *Continuous Refinement* (CR)

7.5. Aplicación sectorial de BPM
7.5.1. Entidades financieras
7.5.2. Telecomunicaciones
7.5.3. Sanidad
7.5.4. Seguros
7.5.5. Administración pública
7.5.6. Industria de manufactura

7.6. Modelos de referencias de procesos
7.6.1. Modelo APQC
7.6.2. Modelo SCOR

7.7. Centro de excelencia de procesos (COE)
7.7.1. Funciones y beneficios del COE
7.7.2. Pasos para establecer un COE y modelo de gobierno

7.8. Pasos para el éxito del BPM
7.8.1. Descubrir y simplificar
7.8.2. Capturar y documentar
7.8.3. Publicar y animar
7.8.4. Diseñar y mejorar
7.8.5. Simular y optimizar
7.8.6. Generar y ejecutar
7.8.7. Monitorizar y gestionar

7.9. Desafíos del *Business Process Management*
7.9.1. Riesgos dependiendo de la etapa del proceso
7.9.2. Estrategias para vencer el riesgo
7.9.3. Errores en la implementación

7.10. Consideraciones para iniciar un proyecto BPM
7.10.1. Seleccionar el punto inicial correcto
7.10.2. Involucrarse con los usuarios
7.10.3. Medir desde el inicio

Módulo 8. Modelado y análisis de procesos

8.1. Modelado de procesos
8.1.1. Propósitos del modelado de procesos
8.1.2. Beneficios de usar un modelo de notación estandarizado
8.1.3. Consideraciones para seleccionar un modelo de notación

8.2. *Business Process Modelling Notation* (BPMN)
8.2.1. Componentes de BPMN
8.2.2. Tipos de gráficos de BPMN
8.2.3. Ventajas del BPMN
8.2.4. Desventajas del BPMN

8.3. Otros tipos de modelado de procesos
8.3.1. *Swim Lanes*
8.3.2. *Flow Charting*
8.3.3. *Event Process Chain* (EPC)
8.3.4. *Unified Modeling Language* (UML)
8.3.5. *Integrated Definition Language* (IDEF)
8.3.6. *Value Stream Mapping*

8.4. Enfoques de modelado de procesos
8.4.1. Cadena de valor
8.4.2. *Supplier Input Process Output Customer* (SIPOC)
8.4.3. *System Dynamics*

8.5. Niveles de modelado de procesos
8.5.1. Perspectiva empresarial
8.5.2. Perspectiva de negocio
8.5.3. Perspectiva operacional

8.6. Captura de información
8.6.1. Observación directa
8.6.2. Entrevistas
8.6.3. Encuestas
8.6.4. Talleres estructurados
8.6.5. Conferencias vía Web

8.7. *Software* de modelación (BPMS)
8.7.1. AuraPortal
8.7.2. Bizagi Modeler
8.7.3. Trisotech
8.7.4. iGrafx
8.7.5. IBM Blueworks Live
8.7.6. OnBase by Hyland
8.7.7. Oracle BPM Suite
8.7.8. Signavio

8.8. Análisis de procesos
8.8.1. Fase de implementación
8.8.2. Roles en el análisis
8.8.3. Factores para analizar los procesos
8.8.4. Análisis económico
8.8.5. Árbol de causas y efectos
8.8.6. Análisis del riesgo
8.8.7. Análisis de capacidad de recursos
8.8.8. Análisis del talento humano

8.9. Consideraciones para el análisis de procesos
8.9.1. Liderazgo a nivel gerencial
8.9.2. Madurez de la gestión por procesos
8.9.3. Evitar solucionar durante el análisis
8.9.4. Un análisis eficiente
8.9.5. Resistencia potencial
8.9.6. Omisión de culpabilidad en no conformidades
8.9.7. Entendiendo la cultura organizacional
8.9.8. Enfoque hacia el cliente
8.9.9. Disponibilidad de recursos

8.10. Simulación de procesos de negocio
8.10.1. Consideraciones técnicas y políticas para la simulación
8.10.2. Paso a paso de la simulación de procesos de negocio
8.10.3. Herramientas de simulación

Módulo 9. Control y optimización de procesos

9.1. Diseño de procesos
9.1.1. Aspectos fundamentales del diseño de procesos
9.1.2. Transición de "As-is" hacia el "To Be"
9.1.3. Análisis económico del proceso "To Be"

9.2. Hacia el control del desempeño de proceso
9.2.1. Teniendo en cuenta el nivel de madurez del proceso
9.2.2. Interpretaciones del desempeño
9.2.3. Aspectos medibles
9.2.4. Diseño de medición del desempeño

9.3. Medición y control del desempeño de procesos
9.3.1. Importancia de la medición de los procesos
9.3.2. Indicadores de gestión de procesos
9.3.3. Pasos para crear indicadores de gestión

9.4. Métodos para medir y controlar el desempeño
9.4.1. Mapa del flujo de valor (VSM)
9.4.2. Sistemas de costos basados en actividades
9.4.3. Control estadístico

9.5. Control estadístico de procesos
9.5.1. Parámetros estadísticos
9.5.2. Análisis de variabilidad
9.5.3. Cartas de control
9.5.4. Planes de muestreo

9.6. Minería de procesos
9.6.1. Estado del arte de la minería de procesos
9.6.2. Metodología de la minería de procesos
9.6.3. Factores a considerar para la implementación

9.7. Inteligencia de procesos
9.7.1. La inteligencia de procesos
9.7.2. Herramientas BAM (*Business Activity Monitoring*)
9.7.3. Cuadro de Mandos (*Dashboards*)

9.8. Gestión del cambio
9.8.1. Resistencia al cambio
9.8.2. Manejo de la incertidumbre del talento humano
9.8.3. Proceso de la gestión del cambio

9.9. Transformación de la organización
9.9.1. Más allá de la mejora
9.9.2. Transformando la organización
9.9.3. Optimización continua

9.10. Una nueva gestión por procesos empresariales
9.10.1. Aspectos de una organización orientada a procesos
9.10.2. Evaluación de la madurez organizacional
9.10.3. Implementación del modelo de gobierno
9.10.4. Diseño de hoja de ruta del BPM

Módulo 10. Aspectos jurídicos de la transformación digital

10.1. El derecho en la transformación digital
10.1.1. Relación derecho y tecnología
10.1.2. Retos del derecho en la era digital
10.1.3. Formas de asociación
10.1.4. *Big Data*
10.1.5. Desafíos jurídicos de la inteligencia artificial
10.1.6. Aspectos tributarios

10.2. Contratación empresarial
10.2.1. Conceptualización de la contratación empresarial
10.2.2. Contratos de transferencia de tecnología
10.2.3. *Smart contracts*
10.2.4. *Cloud computing*
10.2.5. El contrato laboral digital
10.2.6. Trabajo remoto

10.3. Propiedad intelectual
10.3.1. Derechos de autor y derechos conexos
10.3.2. Contenido multimedia y medidas de protección en el entorno digital
10.3.3. Sistema internacional de derechos de autor
10.3.4. Signos distintivos (marcas, nombres, enseñas comerciales y denominaciones de origen)
10.3.5. Patentes (De invención, modelos de utilidad y diseños industriales)
10.3.6. Nombres de dominio

10.4. Informática Jurídica
10.4.1. *Blockchain*
10.4.2. Firma digital y firma electrónica
10.4.3. informática forense

10.5. Competencia/antitrust
10.5.1. Análisis de mercado: microeconomía
10.5.2. Derecho de la competencia en la era digital
10.5.3. Estrategias de defensa y cumplimiento

10.6. Tratados de libre comercio
10.6.1. Elementos fundamentales de los tratados de libre comercio
10.6.2. Ventajas competitivas de la gestión de los tratados de libre comercio
10.6.3. Principales tratados de libre comercio en el ámbito digital

10.7. Valuación de activos intangibles
10.7.1. Clasificación activos intangibles
10.7.2. Estándares internacionales de valuación de activos
10.7.3. Tendencias actuales de la economía de intangibles

10.8. Protección de datos personales
10.8.1. Conceptos aplicables
10.8.2. Bases de datos
10.8.3. Big data
10.8.4. La protección de datos en la Unión Europea y en Estados Unidos

10.9. Protección de derechos del consumidor
10.9.1. Derechos del consumidor
10.9.2. Regulación internacional del comercio electrónico
10.9.3. Arbitraje de consumo
10.9.4. Tendencias

10.10. Legal TECH
10.10.1. Legal TECH *for documents*
10.10.2. Legal TECH *for contracts*
10.10.3. Legal TECH *for finance*
10.10.4. Legal TECH *for design*
10.10.5. Legal TECH *for evidence*

08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) es un programa dirigido a profesionales del área gerencial o emprendedores que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de innovar 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.



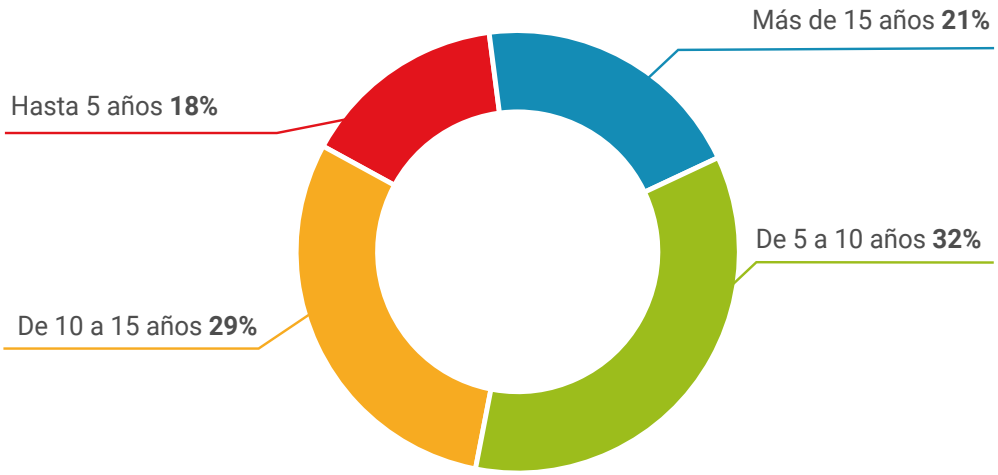


Si buscas una interesante mejora en tu trayectoria profesional mientras sigues trabajando, este es tu programa"

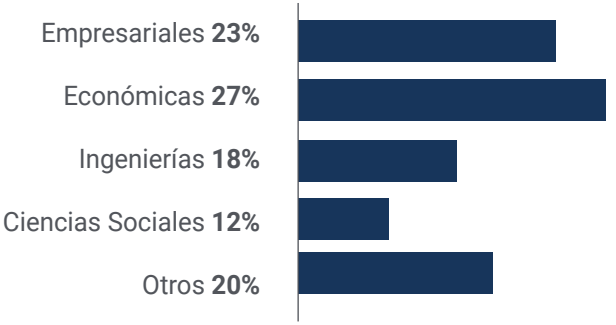
Edad media

Entre **35** y **45** años

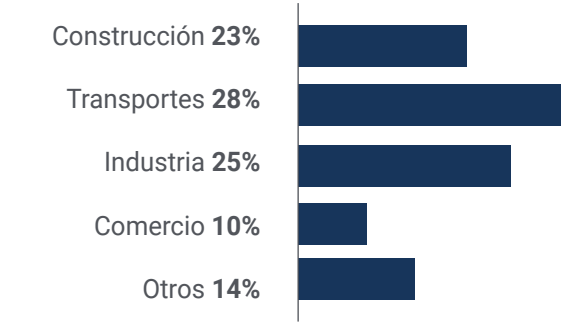
Años de experiencia



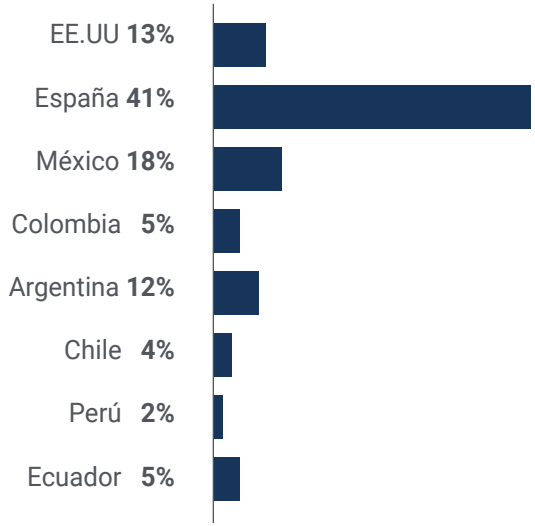
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Ricardo Rodio

Project Manager

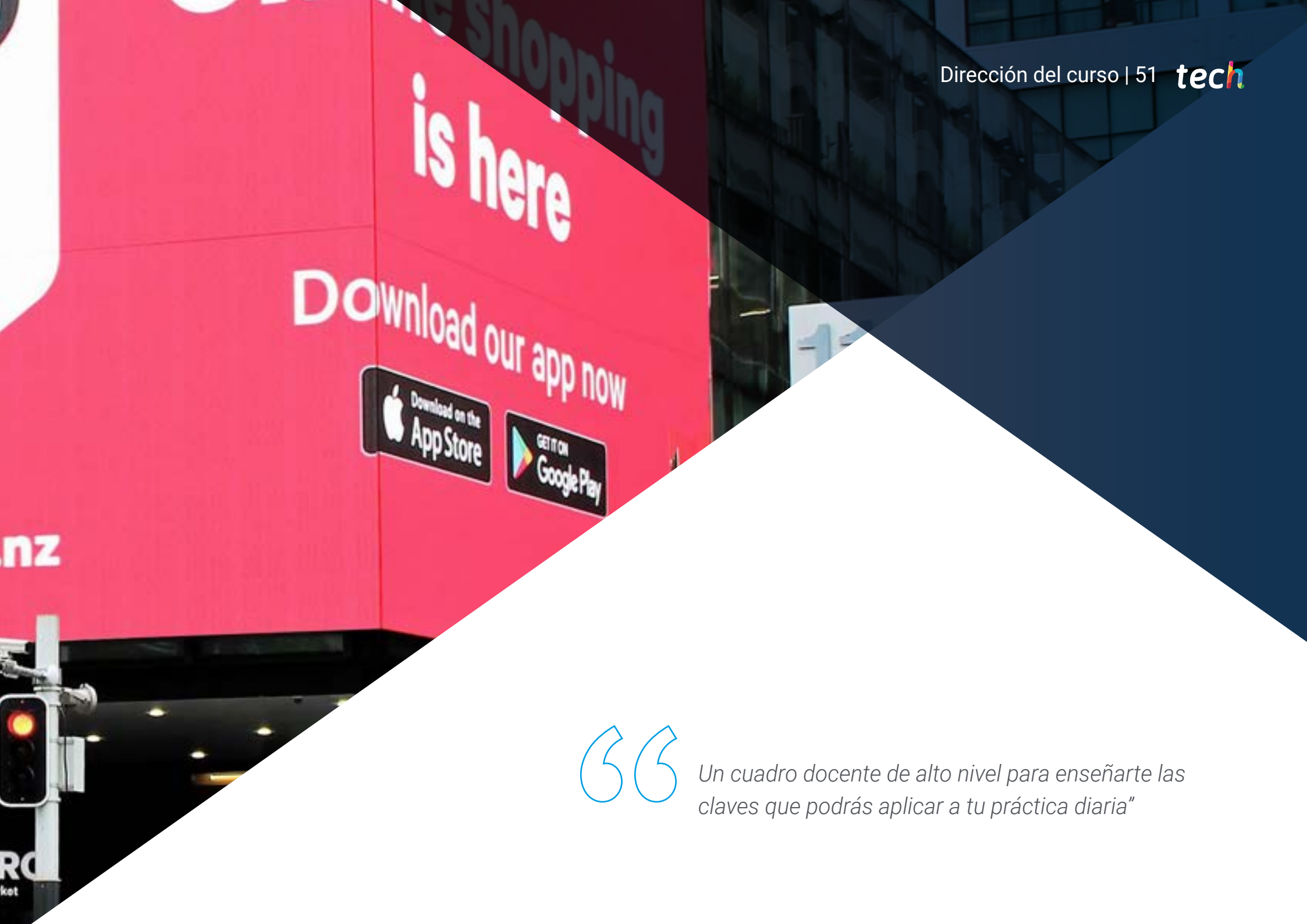
"Llevaba tiempo buscando un programa que me permitiera adentrarme en el mundo digital de manera exhaustiva, conociendo los principales avances que se manejan en este campo relacionado con la dirección de procesos y proyectos. Sin duda, TECH me dio la oportunidad de completar mi especialización en este campo, logrando grandes beneficios a nivel profesional"

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en la dirección de proyectos, 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 máster de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.





Un cuadro docente de alto nivel para enseñarte las claves que podrás aplicar a tu práctica diaria"

Dirección



D. Barrientos, Giancarlo

- Ingeniero en sistemas de la información
- Especialización en Ingeniería de software por la U.S.A.L de Buenos Aires, Argentina. Empezó su experiencia profesional enfocándose en diversos mercados de Latam y Europa como ingeniero de software para Young & Rubicam Brands, Rocket Internet Gmbh y Grupo Clarín
- Creador de una empresa de tecnología para la transformación digital de la industria de seguros en Argentina, logística en México e inmobiliaria en Colombia, la cual vende a un grupo empresario de seguros
- IT Manager en Assist-365



D. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- Ingeniero Técnico Industrial por la E.U.P de Málaga
- Ingeniero Industrial por la E.T.S.I.I. de Ciudad Real
- Delegado de Protección de Datos Data Protection Officer (DPO) por la Universidad Antonio Nebrija
- Experto en dirección de proyectos y consultor y mentor de negocios en organizaciones como Youth Business Spain o COGITI de Ciudad Real
- CEO de la startup GoWork orientada a la gestión de las competencias y desarrollo profesional y la expansión de negocios a través de hiperetiquetas
- Redactor de contenido formativo tecnológico para entidades tanto públicas como privadas
- Profesor homologado por la EOI en las áreas de industria, emprendeduría, recursos humanos, energía, nuevas tecnologías e innovación tecnológica

Profesores

Dña. García Salvador, Laura

- Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas, Administración y Dirección de Empresas
- Máster en Marketing Digital en ESIC (España)
- Empezó su experiencia profesional en la agencia de publicidad CONTRAPUNTO BBDO, Creadora de: Adopta Un Abuelo (ONG) y de Ruralka Hoteles (Club de Calidad de Hoteles con encanto)

D. Goenaga Peña, Andrés

- Abogado y escritor
- Máster en Propiedad industrial, derechos de autor y nuevas tecnologías de la Universidad Externado de Colombia
- Experiencia en asesoramiento en temas relacionados con políticas de privacidad y tratamiento de datos personales, plataformas digitales, procesos de licenciamiento de software y transferencia de tecnología, análisis de datos y de contenidos digitales

Dña. Garrido, Stephanie

- Ingeniera Industrial
- Posgrado en Coaching, PNL y liderazgo de equipos, gerencia logística y procesos por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona
- Experiencia en coordinación de operaciones y procesos logísticos
- Participación como líder en gestión de proyectos para la optimización de procesos en el sector de Seguridad y Salud en el trabajo. Asimismo, en el desarrollo de sistemas de información para automatizar el desempeño de operaciones de seguridad vehicular y logística

Dña. Gómez, María Daniela

- Ingeniera industrial por la Universidad del Norte
- Diplomado en formación pedagógica
- Experiencia en el sector productivo y educativo
- Experiencia en la docencia, así como en el diseño de proyectos y optimización de procesos a través del manejo de indicadores de gestión
- Líder en la implementación de herramientas tecnológicas para mejorar el desempeño en servicios de atención al usuario

10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. 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 nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguir el cambio profesional que deseas”

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

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que le preparará para afrontar retos y decisiones empresariales para la transformación digital. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

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

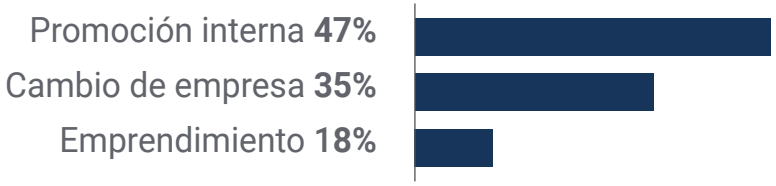
Una oportunidad única para mejorar tus expectativas laborales.

Logra el cambio profesional que deseas tras la realización de este programa de especialización.

Momento del cambio

Durante el programa el	Durante el primer año el	Dos años después el
19%	**51%**	**30%**

Tipo de cambio



Mejora salarial

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



11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) 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 su capacitación y mejorando sus 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.





Gracias a este programa aportarás a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

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 competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer) garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este **MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

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

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

Titulo: **Máster Título Propio MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)**

N.º Horas Oficiales: **1.500 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

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Transformación Digital (Chief Digital Officer)

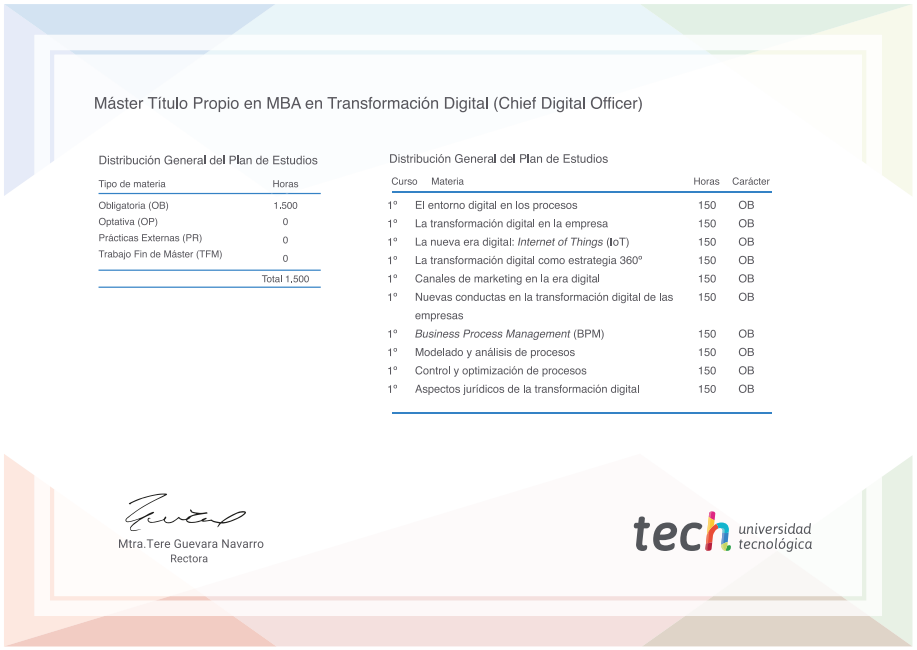
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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


Máster Título Propio en MBA en Transformación Digital (Chief Digital Officer)

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	El entorno digital en los procesos	150	OB
1º	La transformación digital en la empresa	150	OB
1º	La nueva era digital: *Internet of Things* (IoT)	150	OB
1º	La transformación digital como estrategia 360º	150	OB
1º	Canales de marketing en la era digital	150	OB
1º	Nuevas conductas en la transformación digital de las empresas	150	OB
1º	*Business Process Management* (BPM)	150	OB
1º	Modelado y análisis de procesos	150	OB
1º	Control y optimización de procesos	150	OB
1º	Aspectos jurídicos de la transformación digital	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

Máster Título Propio
MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Transformación Digital (CDO, Chief Digital Officer)



tech universidad tecnológica