Máster Título Propio

Investigación en Ciencias Empresariales

MICE



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Investigación en Ciencias Empresariales

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-investigacion-ciencias-empresariales**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

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

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 24

07 Metodología — pág. 34

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 42

09 Dirección del curso — pág. 46

10 Impacto para tu carrera — pág. 50

11 Beneficios para tu empresa — pág. 54

12 Titulación — pág. 58

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

El objetivo es brindar las habilidades para que el profesional se desarrolle en esta área de actuación. Alcanzar el nivel de conocimiento necesario para poder realizar una completa investigación en cualquier área de las Ciencias Empresariales, desde su ideación y su planteamiento hasta su difusión.





Si tu objetivo es encontrar un trabajo que te permita desarrollar tus habilidades en este campo, no pierdas la oportunidad de continuar especializándote con nosotros”

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

El **Máster Título Propio en Investigación en Ciencias Empresariales** capacitará al alumno para:

01 Aprender los sistemas metodológicos aplicables a la investigación en Ciencias Empresariales

02 Revisar los procesos de estudio de mercados

03 Repasar los diferentes momentos históricos y el actual

04 Aprender cuáles son y cómo se utilizan las diferentes herramientas necesarias en una investigación en Ciencias Empresariales



05 Aprender a escribir tesis e informes en ciencias empresariales

06 Conocer los sistemas de gestión de personal más avanzados



07 Reconocer cómo se organiza la comunicación en organizaciones a nivel interno y externo

08 Aprender las bases de la comunicación verbal y no verbal y las claves de su eficacia

09 Ver las fórmulas de negociación y resolución de conflictos en la empresa

10 Dotar de competencias a un investigador en marketing

11 Adquirir los conocimientos y bagaje financiero básico

12 Conocer las principales herramientas de las finanzas: la contabilidad, el análisis de riesgos

13 Entender el plano financiero de los mercados

14 Comprender la relación entre economía y su efecto en los mercados financieros



15 Conocer la importancia creciente de los aspectos operativos y logísticos en la empresa moderna

16 Estudiar las tendencias globales que están afectando a las cadenas de suministro



17 Aportar los conocimientos generales sobre la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a los negocios

18 Ver cuáles son los sistemas de gestión del talento en la empresa

19 Conocer la evolución de la imagen del emprendedor y empresario en la sociedad según épocas y regiones

20 Entender el fundamento intelectual de las herramientas para fomentar la innovación y emprendimiento

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del Máster Título Propio en Investigación en Ciencias Empresariales, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base a la metodología didáctica más innovadora.





Adquiere las competencias necesarias que te permitan realizar investigaciones exhaustivas en el ámbito de las ciencias empresariales"

01 Reconocer el talento y su idoneidad en los organigramas

02 Resolver conflictos y negociar en el terreno de la organización de recursos humanos

03 Aportar una visión macro de las tendencias y cambios en curso en los mercados

04 Presentar las mejores herramientas para la investigación de las dinámicas y factores de mercado



05 Introducir una visión holística del ciclo comercial de una organización empresarial

06 Analizar las nuevas herramientas, enfoques y metodologías en la gestión operacional de una organización: nuevas tecnologías, *just in time*, industria 4.0



07 Organizar una gestión del cambio en la organización

08 Desarrollar la comunicación estratégica de la empresa en todas sus áreas

09 Desarrollar un liderazgo en cualquier organización

10 Analizar los nuevos métodos de estructuración y gestión del emprendimiento

06

Estructura y contenido

El Máster Título Propio en Investigación en Ciencias Empresariales de TECH Universidad Tecnológica es un programa diseñado a su medida que se imparte en formato 100% online para que usted mismo elija el momento y lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases de su éxito en la investigación en Ciencias Empresariales.





Sumérgete en el estudio de este completísimo temario y logra la capacitación que necesitas para dar un cambio positivo a tu carrera”

Plan de estudios

Este Máster Título Propio en Investigación en Ciencias Empresariales ha sido creado para permitir al alumnado adquirir los conocimientos necesarios en esta materia, de una manera intensiva y eficiente. Una ocasión para mejorar su capacitación, con la comodidad del método online más eficaz del mercado docente. TECH le brinda la oportunidad de incorporar los conocimientos de esta área a su currículum académico. Pero además, con este plan de estudios, accederá a una forma de trabajo diseñada para ser totalmente compatible con su vida profesional o personal.

Durante este máster, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales, que le permitirá adquirir las habilidades necesarias para desarrollarse profesionalmente en un entorno real. De esta manera, el temario está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

Un plan pensado para el profesional, enfocado a su mejora profesional y que le preparará para alcanzar la excelencia en el ámbito de la investigación en Ciencias Empresariales. 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 12 meses y se distribuye en 10 módulos:

Módulo 1	Investigación en Ciencias Sociales
Módulo 2	Herramientas del investigador
Módulo 3	Dirección de personas y gestión del talento
Módulo 4	Comunicación estratégica
Módulo 5	Marketing
Módulo 6	Finanzas
Módulo 7	Operaciones
Módulo 8	Tecnologías e información en la empresa digital
Módulo 9	Habilidades directivas y liderazgo
Módulo 10	Innovación e iniciativa emprendedora



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Máster Título Propio en Investigación en Ciencias Empresariales 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. Investigación en Ciencias Sociales

1.1. Introducción a la metodología investigadora	1.2. Metodologías en la economía y el *Management*	1.3. Fuentes de datos	1.4. Fundamentos de estadística
1.5. Investigación en economía	1.6. Investigación en *Management*	1.7. Diseño de un estudio de mercado	1.8. Historia de la economía y la empresa
1.9. Corrientes filosóficas en economía y empresa	1.10. Nuevas tendencias		

Módulo 2. Herramientas del investigador

2.1. Redacción de informes y tesis	2.2. Uso de gestores de bases de datos	2.3. Cienciometría y bases de datos científicas	2.4. Hoja de cálculo para economía y finanzas
2.5. Fuentes bibiográficas	2.6. Búsqueda avanzada en internet	2.7. Paquetes estadísticos	2.8. Herramientas de análisis de datos
2.9. Fundamentos de algoritmia	2.10. Nuevas tendencias		

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

3.1. Comportamiento organizacional
3.1.1. Teoría de las 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. Dirección de personas y alineación estratégica
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. Capacitación 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. Negociación y gestión de conflictos
3.4.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
3.4.2. Técnicas de negociación efectiva
3.4.3. Conflictos: factores y tipologías
3.4.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación

3.5. Comunicación directiva
3.5.1. Estrategia corporativa y comunicación directiva
3.5.2. Comunicación interna: influencia e impacto
3.5.3. Comunicación interpersonal: habilidades y gestión de equipos

3.6. Gestión de equipos y desempeño de personas
3.6.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
3.6.2. Gestión de equipos y de personas
3.6.3. Coaching y desempeño de personas
3.6.4. Reuniones directivas: planificación y gestión de tiempos

Módulo 4. Comunicación estratégica

4.1. La comunicación en las organizaciones
4.1.1. La revolución de la tecnología de la información
4.1.2. Tipos de sistemas de información para la dirección
4.1.3. La organización informal

4.2. Comunicación interna y plan de comunicación integral
4.2.1. Marketing y comunicación de RR.HH
4.2.2. Programación, ejecución y evaluación del plan
4.2.3. Barreras para la comunicación empresarial

4.3. Comunicación interpersonal
4.3.1. Lenguaje del cuerpo
4.3.2. Comunicación asertiva
4.3.3. Entrevistas

4.4. Comunicación abierta
4.4.1. La franqueza y la resolución de problemas
4.4.2. Detección de comportamientos insolidarios
4.4.3. Escucha activa

4.5. Habilidades personales e influencia
4.5.1. Impacto e influencia
4.5.2. Oratoria
4.5.3. Dominio del estrés
4.5.4. Gestión del tiempo

4.6. Conflictos en las organizaciones
4.6.1. Conflictos interpersonales
4.6.2. Condiciones de conflictividad
4.6.3. Consecuencias de los conflictos

4.7. Negociación
4.7.1. Negociación intercultural
4.7.2. Enfoques para la negociación
4.7.3. Técnicas de negociación efectiva
4.7.4. La reestructuración

4.8. Dirección internacional de personas y gestión de la diversidad
4.8.1. Gestión del talento en compañías internacionales

Módulo 5. Marketing

5.1. Introducción a la investigación en Marketing
5.1.1. Los mercados
5.1.2. El concepto de empresa entorno al mercado

5.2. CRM y fidelización
5.2.1. Las relaciones con clientes
5.2.2. Herramientas para la fidelización
5.2.3. Arquitectura de un CRM

5.3. Marketing estratégico
5.3.1. El Marketing y sus límites
5.3.2. Fundamentos de estrategia de mercados
5.3.3. Toma de decisiones en Marketing estratégico

5.4. Marketing operacional
5.4.1. Análisis comparativo del Marketing estratégico y operacional
5.4.2. Herramientas del Marketing operacional

5.5. Inteligencia competitiva
5.5.1. Inteligencia organizacional
5.5.2. Tipos y características de la inteligencia
5.5.3. El ciclo de inteligencia
5.5.4. Métodos y herramientas de la inteligencia competitiva

5.6. *Business intelligence*
5.6.1. Plataformas de datos
5.6.2. Herramientas de análisis de datos
5.6.3. Los *Data Warehouse*

5.7. Atención al cliente
5.7.1. La atención al cliente y su diagnóstico
5.7.2. Atención al cliente y calidad

5.8. Gestión de producto
5.8.1. Importancia, valor y complejidad del producto
5.8.2. Evolución del rol del product manager

5.9. Marketing internacional
5.9.1. Efectos de la globalización en el Marketing
5.9.2. Especificidades del Marketing internacional

5.10. Tendencias de futuro
5.10.1. Cambios en la demanda
5.10.2. Nuevas herramientas de Marketing: realidad virtual, realidad aumentada, plataformas, etc.

Módulo 6. Finanzas

6.1. Introducción a la investigación en finanzas
6.1.1. Información financiera y asimetría informativa
6.1.2. Usos y utilidades de la información contable y la información económico-financiera

6.2. Fundamentos financieros
6.2.1. Toma de decisiones en finanzas
6.2.2. Elementos financieros de una empresa
6.2.3. Análisis financiero
6.2.4. Métodos de valoración financiera

6.3. Fundamentos contables
6.3.1. Historia de la contabilidad
6.3.2. Tipos de contabilidad
6.3.3. El ciclo contable
6.3.4. Los estados contables
6.3.5. Contabilidad internacional

6.4. Fundamentos de Economía
6.4.1. Ciencia económica
6.4.2. Bienes, factores y agentes productivos
6.4.3. Economía y empresa: agente empresarial
6.4.4. Principales problemas económicos

6.5. Control de gestión
6.5.1. El proceso de control
6.5.2. Diseño de un sistema de control
6.5.3. Indicadores de control y cuadros de mando
6.5.4. *Benchmarks*

6.6. Riesgos financieros
6.6.1. Concepto de riesgo y su gestión
6.6.2. Elementos y lenguajes de los riesgos
6.6.3. Principales riesgos de mercado, financieros y operacionales

6.7. Mercados de capitales
6.7.1. Tipos de mercados de capitales y productos comercializados
6.7.2. Funcionamiento de los mercados de capitales
6.7.3. Mercados eficientes

6.8. Financiación
6.8.1. Estructura financiera
6.8.2. Financiación tradicional
6.8.3. Financiación alternativa

6.9. Auditoría
6.9.1. Normas contables y control de la información contable
6.9.2. Estructuras de control interno
6.9.3. Auditoría externa

6.10. Tendencias de futuro
6.10.1. Criptodivisas
6.10.2. El auge del capital privado
6.10.3. Otras tendencias

Módulo 7. Operaciones

7.1. Introducción a la investigación en operaciones
7.1.1. Especificidad de las operaciones en empresas industriales
7.1.2. Especificidad de las operaciones en empresas comerciales y de servicios

7.2. Fundamentos de las operaciones
7.2.1. La cadena de valor y su transformación
7.2.2. Retos en las operaciones contemporáneas
7.2.3. Medioambiente y operaciones

7.3. Enfoques en calidad
7.3.1. Definiciones académicas de calidad
7.3.2. Evolución histórica del fenómeno de la calidad
7.3.3. Calidad normativa, sistemas de gestión y costes
7.3.4. Calidad total
7.3.5. Planificación y gestión de la calidad
7.3.6. Herramientas en la calidad

7.4. *Just in time y lean manufacturing*
7.4.1. Enfrentar despilfarros e ineficiencias
7.4.2. *Just in time*
7.4.3. *Lean manufacturing*

7.5. Gestión de la cadena de suministo SCM
7.5.1. La logística y la producción
7.5.2. Planificación de la producción
7.5.3. Fenómenos logísticos
7.5.4. Estrategias de gestión integrada de la cadena de suministro
7.5.4. Herramientas de SCM: evaluación de la cadena, *Sourcing*, ECR, inventarios estratégicos, etc.

7.6. Operaciones en servicios
7.6.1. La empresa de servicios
7.6.2. La empresa comercial
7.6.3. Desajustes de oferta y demanda
7.6.4. Estrategias de ajuste

7.7. Industria 4.0
7.7.1. Evolución e historia industrial
7.7.2. Factores de la cuarta revolución
7.7.3. Transformación digital
7.7.4. Fabricación inteligencia
7.7.5. Retos de seguridad y otros retos

7.8. Tecnologías industriales
7.8.1. ERPs
7.8.2. PLMS
7.8.3. Fabricación aditiva
7.8.4. Robótica

7.9. *Outsourcing*
7.9.1. El fenómeno del *Outsourcing* en las operaciones
7.9.2. Ventajas e inconvenientes
7.9.3. El *Outsourcing* en el sector público

7.10. Tendencias de futuro
7.10.1. La nube y la virtualización de las infraestructuras
7.10.2. La emergencia ambiental
7.10.3. Desarrollo rápido de productos

Módulo 8. Tecnologías e información en la empresa digital

8.1. Los sistemas de información y la estrategia de organización
8.1.1. Introducción a las TIC
8.1.2. Tipologías
8.1.3. Influencia de las TIC
8.1.4. Ventajas competitivas y web 2.0

8.2. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)
8.2.1. Componentes
8.2.2. Evolución de la infraestructura
8.2.3. La administración de la infraestructura de las TIC

8.3. Hadware y Software
8.3.1. El hardware
8.3.2. Tendencias en el hardware
8.3.3. Integración y competición
8.3.4. El software y plataformas
8.3.5. Web 2.0 y software Web

8.4. Las redes
8.4.1. Redes corporativas y tecnologías de la conectividad
8.4.2. Tipos y medio de transmisión
8.4.3. Internet, la Web, la Web 2.0 y la Web 3.0
8.4.4. Comunicación móvil y wifi

8.5. Las bases de datos
8.5.1. Organización tradicional de archivos
8.5.2. Sistemas de gestión de bases de datos
8.5.3. Almacenes de datos y minería de datos

8.6. Sistemas de empresa
8.6.1. La gestión de la cadena de suministro
8.6.2. La gestión de las relaciones con clientes
8.6.3. Tendencias de los sistemas de empresa

8.7. Otras aplicaciones de las TIC a los negocios
8.7.1. Sistemas de ayuda a la toma de decisiones
8.7.2. Comercio electrónico
8.7.3. *E-marketplaces*

8.8. Planificación e implantación de los sistemas de información
8.8.1. Conceptos básicos y el plan de sistemas
8.8.2. Análisis de requisitos y diseño
8.8.3. Metodologías para el desarrollo de SI

8.9. Seguridad en los sistemas de información
8.9.1. Software malicioso
8.9.2. Vulnerabilidades de los SI
8.9.3. Delitos informáticos

8.10. Cuestiones éticas, sociales y políticas de los sistemas de información
8.10.1. Información y propiedad intelectual
8.10.2. Responsabilidad y limitaciones
8.10.3. Calidad de los datos

Módulo 9. Habilidades directivas y liderazgo

9.1. Las personas en las organizaciones
9.1.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
9.1.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
9.1.3. Coaching y gestión de equipos
9.1.4. Gestión de la igualdad y diversidad

9.2. Gestión del talento
9.2.1. Gestión del capital humano
9.2.2. Entorno, estrategia y métrica
9.2.3. Innovación en la gestión de personas

9.3. Desarrollo directivo y liderazgo
9.3.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
9.3.2. Motivación
9.3.3. Inteligencia emocional
9.3.4. Capacidades y habilidades del líder 2.0
9.3.5. Reuniones eficaces

9.4. Gestión del cambio
9.4.1. Análisis del rendimiento
9.4.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
9.4.3. Gestión de procesos de cambio
9.4.4. Gestión de equipos multiculturales

9.5. Comunicación estratégica
9.5.1. Comunicación interpersonal
9.5.2. Habilidades comunicativas e influencia
9.5.3. Comunicación interna y plan de comunicación integral
9.5.4. Barreras para la comunicación empresarial

9.6. Negociación y gestión de conflictos
9.6.1. Técnicas de negociación efectiva
9.6.2. Conflictos interpersonales
9.6.3. Negociación intercultural

Módulo 10. Innovación e iniciativa emprendedora

10.1. Introducción a la investigación en *Entrepreneurship*
10.1.1. Iniciativa emprendedora
10.1.2. Virtudes y defectos de un plan de negocio

10.2. Introducción a la investigación en innovación
10.2.1. Semblanza histórica de la innovación empresarial
10.2.2. Procesos de transferencia tecnológica

10.3. Creatividad
10.3.1. El marco teórico de la ideación y creación
10.3.2. Creatividad e innovación
10.3.3. Empresas creativas
10.3.4. Herramientas creativas
10.3.5. Selección de ideas

10.4. Emprendimientos ágiles
10.4.1. El modelo *Lean Startup*
10.4.2. Desarrollo de productos y servicios con *Agile*
10.4.3. DevOps en los emprendimientos TIC

10.5. Gestión de la innovación
10.5.1. Análisis de los tipos de innovación
10.5.2. Palancas de la innovación
10.5.3. Alcance de la innovación
10.5.4. Análisis comparado de casos de innovación
10.5.6. Gestión del I+D

10.6. Contexto emprendedor: sociedad de la información
10.6.1. El emprendedor y su tiempo
10.6.2. Oportunidades y retos del emprendedor contemporáneo

10.7. Globalización
10.7.1. La globalización
10.7.2. Abogado y detractores
10.7.3. Influencia en el proyecto emprendedor
10.7.4. Análisis económico de los entornos internacionales

10.8. Gestión de proyectos
10.8.1. El plan de negocio
10.8.2. Gestión convencional de proyectos
10.8.2. Gestión ágil de proyectos

10.9. Intraemprendimiento
10.9.1. Especificidades del intraemprendimiento
10.9.2. Análisis comparado de casos de intraemprendimiento

10.10. Tendencias de futuro
10.10.1. Nuevos nichos de emprendimiento
10.10.2. Emprendimiento social
10.10.2. Emprendimiento por personas mayores

Una experiencia única que te permitirá dar un impulso a tu desarrollo profesional”

08

Perfil de nuestros alumnos

El Máster Titulo Propio en Investigación en Ciencias Empresariales es un programa dirigido a profesionales que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de llevar a cabo con éxito su labor y avanzar en su carrera profesional.



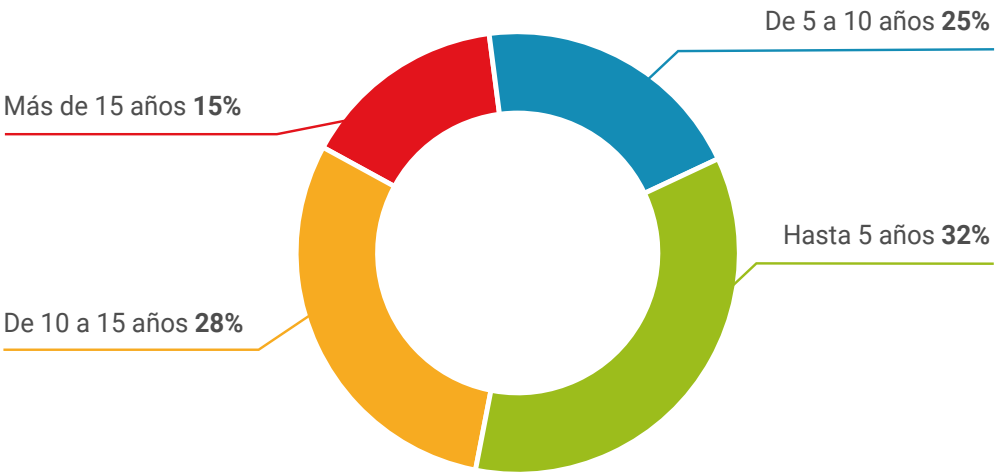


Nuestros alumnos nos eligen en busca de una mejora profesional, y la mayoría de ellos la consigue"

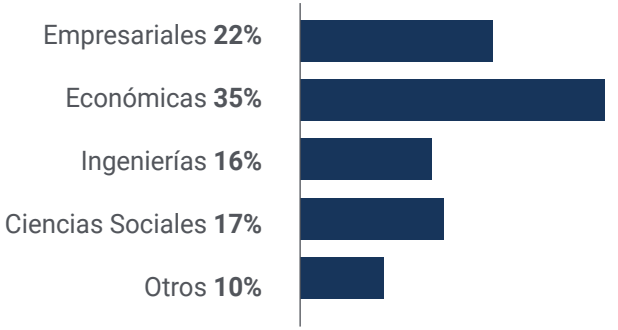
Edad media

Entre **35** y **45** años

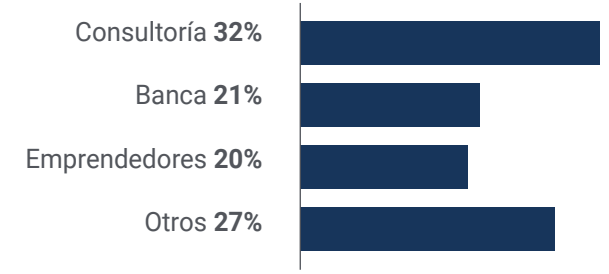
Años de experiencia



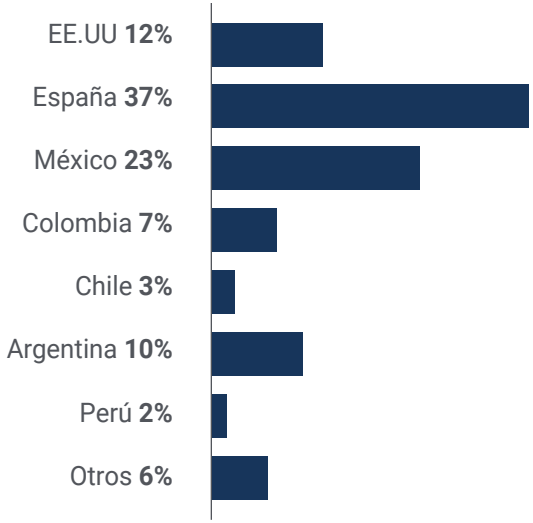
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Rosa Pérez

Asesora empresarial

"Desde que era muy joven me había interesado por el mundo de la investigación empresarial. Sin embargo, aunque realicé la carrera de Empresariales, nunca me había decidido a especializarme en este campo. Por suerte, TECH me ofreció la posibilidad de realizar este Máster Título Propio que me permitió adquirir una capacitación superior y dedicarme a lo que siempre había soñado, el asesoramiento de empresas"

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en el sector, 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.





Contamos con un equipo docente con amplia experiencia que te ayudará a especializarte en este sector”

Dirección



Dr. de Angelis, Ignacio

- Profesor Invitado en el Departamento de Economía Aplicada - Estructura Económica, de la Universidad de Valencia, España
- Centro de Estudios Interdisciplinarios en Problemáticas Internacionales y Locales. Gestión de proyectos. Publicaciones científicas y técnicas. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Tandil, Argentina
- Unión Iberoamericana de Municipalistas (UIM). Participante proyecto sobre la inserción financiera internacional de los municipios. Granada, España
- Banco Hipotecario S.A. Comercialización y gestión banca hipotecaria. Manpower Argentina. Tandil, Argentina
- Doctor en Ciencias Económicas. Universidad Nacional de la Matanza, Buenos Aires, Argentina
- Magíster en Ciencia Tecnología y Sociedad. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Buenos Aires, Argentina
- Lic. en Relaciones Internacionales. Universidad Nacional del Centro de la Prov. de Buenos Aires. Tandil, Argentina



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, con TECH, encontrará grandes posibilidades de conseguirlo. Para ello, TECH cuenta con la ecuación perfecta para una especialización de calidad: un temario altamente actualizado y unos docentes de referencia internacional. Sin duda, una oportunidad única que le ayudará a dar un impulso a su carrera en poco tiempo.





Nuestro reto es generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional y, por ello, nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo"

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

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

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

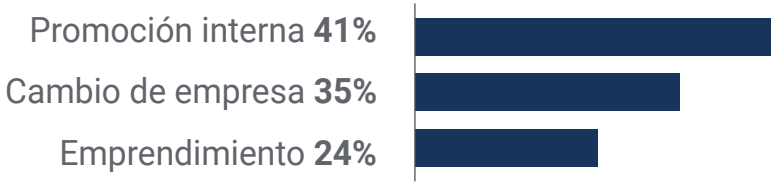
La mejor manera de lograr un cambio profesional es aumentando tu capacitación. Así que no dejes de estudiar en TECH.

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

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

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



11

Beneficios para tu empresa

El Máster Titulo Propio en Investigación en Ciencias Empresariales contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel.

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





Tu figura es indispensable para realizar investigaciones de gran relevancia en el ámbito empresarial"

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

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 organización 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.

06

Aumento de la competitividad
Este programa dotará a los alumnos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El Máster Título Propio en Investigación en Ciencias Empresariales 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 esta capacitación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Máster Título Propio en Investigación en Ciencias Empresariales** 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 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.

Título: **Máster Título Propio en Investigación en Ciencias Empresariales**

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

Investigación en Ciencias Empresariales

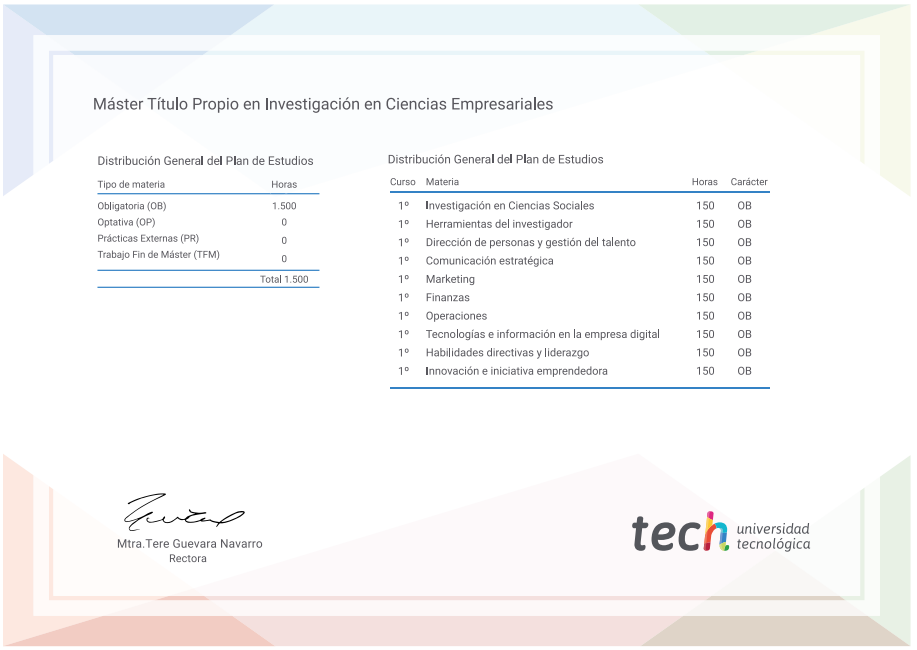
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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 Investigación en Ciencias Empresariales

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	Investigación en Ciencias Sociales	150	OB
1º	Herramientas del investigador	150	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	150	OB
1º	Comunicación estratégica	150	OB
1º	Marketing	150	OB
1º	Finanzas	150	OB
1º	Operaciones	150	OB
1º	Tecnologías e información en la empresa digital	150	OB
1º	Habilidades directivas y liderazgo	150	OB
1º	Innovación e iniciativa emprendedora	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

Investigación en Ciencias Empresariales

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

Investigación en Ciencias Empresariales



tech universidad tecnológica