Máster Título Propio

MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)

MBA ECSO



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Dirigido a: **titulados superiores y profesionales con experiencia demostrable en dirección y management.**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-estrategia-cso-chief-strategy-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. 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

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.

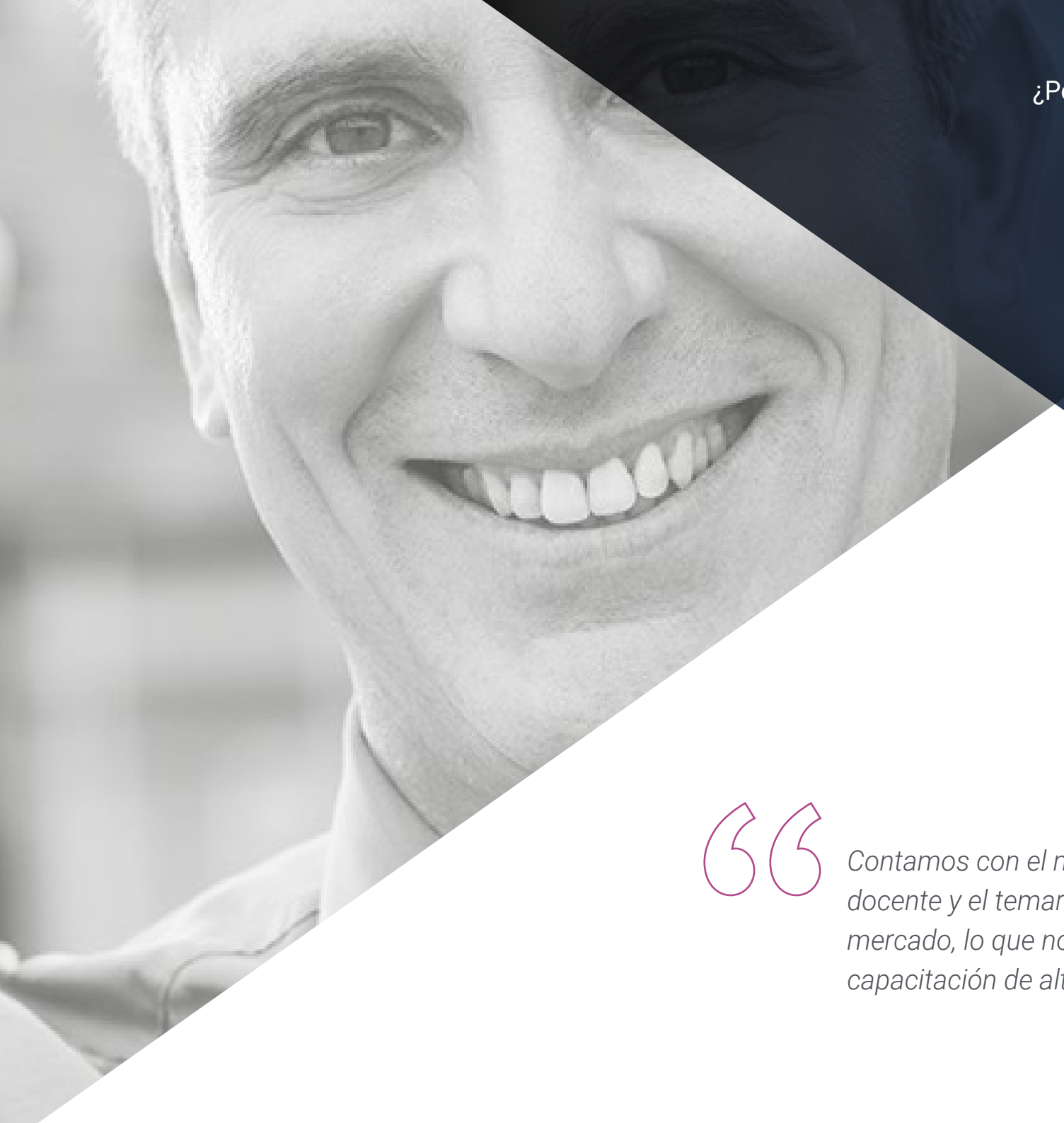
03

¿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

El presente programa se ha diseñado con el claro objetivo en mente de perfeccionar las habilidades del directivo para respaldar, de forma contundente, su propuesta de valor como CSO. Para ello se tratarán, a lo largo de todo el temario, todos los temas teóricos de relevancia en el desarrollo y creación de estrategias empresariales, contextualizados adecuadamente con casos y ejemplos reales que facilitan el aprendizaje.





Tendrás acceso total a lecturas complementarias seleccionadas específicamente por el equipo docente, pudiendo profundizar en los temas estratégicos que más te interesen"

Sus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarle a conseguirlos.

El **MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)** capacitará al alumno para:

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

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

03 Analizar el comportamiento estratégico de una organización a distintos niveles

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



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

06 Definir las relaciones básicas de la empresa con su entorno



07 Analizar la influencia de los *Stakeholders* o grupos de interés sobre la empresa

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

09 Aplicar los conocimientos teóricos a situaciones reales mediante casos prácticos

10 Fomentar una actitud emprendedora y creativa

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

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

13 Aplicar técnicas adecuadas para la gestión de los recursos humanos

14 Desarrollar habilidades de liderazgo que logren la motivación del equipo



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

16 Llevar a cabo políticas para la fijación de precios



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

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

05

Competencias

Para garantizar un desarrollo exhaustivo y eficaz de las competencias esenciales en el trabajo diario de un *Chief Strategy Officer*, TECH ha hecho especial hincapié durante todo el programa en la adquisición y perfeccionamiento de las soft skills más demandadas. Esto conlleva un mayor énfasis en cuestiones como la gestión del talento, dirección de personas o administración del tiempo y esfuerzos, todas ellas competencias altamente valoradas en los directivos del siglo XXI.





Dirigirás tu carrera hacia el ámbito más elevado de la estrategia operacional y empresarial, adquiriendo el rol de CSO con solvencia y eficacia"

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

02 Llevar a cabo la gestión financiera de la empresa

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

04 Realizar análisis estratégicos internos y externos



05 Desarrollar estrategias para la prevención y control de riesgos

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



07 Analizar los datos de la estrategia de la compañía

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

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

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

06

Estructura y contenido

El MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) ha sido estructurado siguiendo la metodología pedagógica de TECH, el *Relearning*, lo que permite una flexibilidad total a la hora de asumir la carga lectiva. Se consigue un ahorro considerable en el número de horas de estudio invertidas, pues los conceptos más importantes sobre la estrategia y gestión se adquieren de forma natural, con una reiteración de los mismos a lo largo de todo el programa.





Ponemos todos nuestros recursos a tu alcance para que desarrolles las destrezas necesarias para lograr un futuro profesional exitoso"

Plan de estudios

El MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que le preparará para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel estratégico y de dirección general. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional, ayudándole a conseguir el éxito. El contenido de este programa 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, analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje profundo que le permitirá aplicar los conocimientos aprendidos en su práctica diaria. 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 estratégica desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Este Máster Título Propio se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en tres grandes bloques:

Módulo 1	*Management and strategy*
Módulo 2	Modalidades de desarrollo estratégico
Módulo 3	Planificación estratégica y control de gestión financiera
Módulo 4	Comportamiento organizacional
Módulo 5	Dirección estratégica de personas
Módulo 6	Habilidades directivas
Módulo 7	*Strategy in* Marketing *Management*
Módulo 8	Estrategia empresarial y estrategia de operaciones
Módulo 9	*Business & international strategy*
Módulo 10	*Business analytics and Big Data*



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA Estrategia (CSO, Chief Strategy 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. *Management and strategy*

1.1. Pensamiento estratégico
1.1.1. La estrategia y su finalidad
1.1.2. *Strategic Thinking and Strategist Skills*
1.1.3. Pensamiento lateral y estrategia de océanos azules
1.1.4. Neurociencia aplicada la estrategia

1.2. Decisiones y decisores estratégicos
1.2.1. Gobierno corporativo
1.2.2. Equipos directivos
1.2.3. Creación de valor

1.3. Estrategia competitiva
1.3.1. Análisis del mercado
1.3.2. Ventaja competitiva sostenible
1.3.3. Retorno de la inversión

1.4. Estrategia corporativa
1.4.1. *Driving Corporate Strategy*
1.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
1.4.3. *Framing Corporate Strategy*

1.5. Planificación y estrategia
1.5.1. Relevancia de la dirección estratégica en el proceso de control de gestión
1.5.2. Análisis del entorno y la organización

1.6. Implantación de la estrategia
1.6.1. Sistemas de indicadores y enfoque por procesos
1.6.2. Mapa estratégico
1.6.3. Diferenciación y alineamiento

1.7. Modelos de análisis estratégico
1.7.1. Análisis interno
1.7.2. Análisis externo
1.7.3. Fuentes de ventaja competitiva en el sector
1.7.4. Ventajas, desventajas y eficacia del análisis estratégico

1.8. Gestión de la calidad total y gestión avanzada de proyectos
1.8.1. TQM *(Total Quality Management)*
1.8.2. Seis Sigma y *Six Sigma* como sistema de gestión empresarial
1.8.3. Modelo EFQM

1.9. *Lean Management*
1.9.1. Principios básicos de *Lean Management*
1.9.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
1.9.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

1.10. Etica y *Strategic Management*
1.10.1. Integración de la ética y la estrategia
1.10.2. Motivación humana y ética
1.10.3. Calidad ética de las organizaciones

Módulo 2. Modalidades de desarrollo estratégico

2.1. Alianzas estratégicas
2.1.1. *Joint ventures*
2.1.2. Consorcios de exportación
2.1.3. Centrales de compra
2.1.4. Otros tipos de cooperación

2.2. Emprendimiento corporativo
2.2.1. Exploración de nuevas oportunidades de negocio
2.2.2. Creación de prototipos y desarrollo interno
2.2.3. Agentes de cambio interno
2.2.4. Proyectos emergentes y disrupción

2.3. Innovación estratégica
2.3.1. Innovación abierta y triple hélice
2.3.2. Factores de éxito y fracaso de la innovación
2.3.3. Impacto de la gestión de la innovación en la performance empresarial
2.3.4. Pensamiento creativo y *Design Thinking*

2.4. Políticas de inversión
2.4.1. Métodos de valoración de empresas
2.4.2. Estrategia y control de riesgos
2.4.3. Fuentes de financiación

2.5. Desarrollo interno

2.6. Fusiones y adquisiciones
2.6.1. Implicaciones financieras y organizativas de las Fusiones y Adquisiciones
2.6.2. Análisis y valoración de sinergias.
2.6.3. Técnicas y enfoques de la negociación.

2.7. Estrategias de diversificación
2.7.1. Especialización vs. Diversificación
2.7.2. Elección del modo de entrada en la diversificación
2.7.3. Diversificación empresarial y resultados
2.7.4. Estrategias de reestructuración de la cartera de negocios

2.8. Direcciones de desarrollo de la estrategia

2.9. Criterios de éxito

2.10. Retos e implicaciones para el desarrollo de la estrategia

Módulo 3. Planificación estratégica y control de gestión financiera

3.1. Control de gestión
3.1.1. Política financiera y crecimiento
3.1.2. La información como herramienta del control de gestión
3.1.3. Control de gestión como sistema de planificación y dirección
3.1.4. Funciones del *Controller*
3.1.5. Ámbito de aplicación del control de gestión

3.2. Información financiera y decisiones de gestión
3.2.1. Contabilidad financiera o legal
3.2.2. Contabilidad analítica o de costes
3.2.3. Contabilidad de control

3.3. Gestión de tesorería
3.3.1. Fondo de maniobra contable y fondo de maniobra necesario
3.3.2. Cálculo de necesidades operativas de fondos
3.3.3. *Credit Management*
3.3.4. Gestión de fondos, patrimonios y *family offices*

3.4. *Cash Management*
3.4.1. Financiación bancaria del circulante
3.4.2. Organización del departamento de tesorería
3.4.3. Gestión centralizada de la tesorería

3.5. Planificación y control de los centros de responsabilidad
3.5.1. Diseño de un sistema de control de gestión
3.5.2. Desviaciones en control de gestión

3.6. El proceso de formulación y planificación estratégica
3.6.1. Formulación y contenido del plan estratégico
3.6.2. *Balanced Scoredcard*
3.6.3. Terminología y conceptos básicos

3.7. Planificación organizacional
3.7.1. Unidades de negocio y precios de transferencia
3.7.2. Centros de fabricación, producción, apoyo y ventas
3.7.3. Funciones y responsabilidades de la dirección financiera

3.8. Indicadores como herramienta de control
3.8.1. Cuadro de mando
3.8.2. Número y formato de los indicadores
3.8.3. Planificación estratégica

3.9. Gestión para crear valor

3.10. Financiación del desarrollo de la estrategia

Módulo 4. Comportamiento organizacional

4.1. Comportamiento organizativo
4.1.1. Las organizaciones
4.1.2. Teoría de la organización
4.1.3. Las organizaciones, las personas y la sociedad
4.1.4. Evolución histórica del comportamiento organizativo

4.2. Cultura organizacional
4.2.1. Valores y cultura organizativa
4.2.2. Elementos clave del cambio en las organizaciones
4.2.3. Evolución del pensamiento científico y la organización como sistema
4.2.4. Cultura y transformación

4.3. Dirección de la organización
4.3.1. Niveles y las cualidades directivas
4.3.2. Función de planificación y organización
4.3.3. Función de gestión y de control
4.3.4. El nuevo rol del director de RR.HH

4.4. Gestión del conocimiento
4.4.1. Inteligencia colectiva vs. Gestión del conocimiento
4.4.2. Perspectivas e instrumentos para la gestión del conocimiento
4.4.3. Entornos colaborativos y comunidades de aprendizaje

4.5. Las personas en las organizaciones
4.5.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
4.5.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
4.5.3. *Coaching y gestión de equipos*

4.6. Estructura de la organización
4.6.1. Principales mecanismos de coordinación
4.6.2. Departamentos y organigramas
4.6.3. Autoridad y responsabilidad
4.6.4. *El empowerment*

4.7. Tipos de estructuras

4.8. Procesos

4.9. Relaciones

4.10. Configuraciones

Módulo 5. Dirección estratégica de personas

5.1. Liderazgo estratégico para la economía de los intangibles
5.1.1. Estrategias de alineamiento cultural
5.1.2. Liderazgo corporativo y diferenciador
5.1.3. Agente de cambio y transformación

5.2. Pensamiento estratégico y sistema
5.2.1. La empresa como un sistema
5.2.2. Pensamiento estratégico derivado de la cultura corporativa
5.2.3. El planteamiento estratégico desde la dirección de personas
5.2.4. Diseño e implementación de políticas y prácticas de personal

5.3. Diseño organizativo estratégico
5.3.1. *Modelo de business partners*
5.3.2. *Share Services*
5.3.3. *Outsourcing*

5.4. *HR analytics*
5.4.1. *Big Data y Business Intelligence. (BI)*
5.4.2. Análisis y modelización de datos de RRHH
5.4.3. Diseño y desarrollo de métricas de RRHH

5.5. Liderazgo estratégico
5.5.1. Modelos de liderazgo
5.5.2. *Coaching*
5.5.3. *Mentoring*
5.5.4. Liderazgo transformacional

5.6. Auditoría y control estratégico en gestión de personas
5.6.1. Razones para la auditoría
5.6.2. Herramientas de recogida de información y de análisis
5.6.3. El informe de auditoría

5.7. Gestión de recursos humanos

5.8. Organización del personal

5.9. Personal y comportamiento

5.10. Ventaja competitiva basada en el personal

Módulo 6. Habilidades directivas

6.1. Oratoria y formación de portavoces
6.1.1. Comunicación interpersonal
6.1.2. Habilidades comunicativas e influencia
6.1.3. Barreras para la comunicación

6.2. Comunicación y liderazgo
6.2.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
6.2.2. Motivación
6.2.3. Capacidades y habilidades del líder 2.0

6.3. *Branding* personal
6.3.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
6.3.2. Leyes del *branding* personal
6.3.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

6.4. Gestión de equipos
6.4.1. Equipos de trabajo y dirección de reuniones
6.4.2. Gestión de procesos de cambio
6.4.3. Gestión de equipos multiculturales
6.4.4. *Coaching*

6.5. Negociación y resolución de conflictos
6.5.1. Técnicas de negociación efectiva
6.5.2. Conflictos interpersonales
6.5.3. Negociación intercultural

6.6. Inteligencia emocional
6.6.1. Inteligencia emocional y comunicación
6.6.2. Asertividad, empatía y escucha activa
6.6.3. Autoestima y lenguaje emocional

6.7. Capital relacional: *coworking*
6.7.1. Gestión del capital humano
6.7.2. Análisis del rendimiento
6.7.3. Gestión de la igualdad y diversidad
6.7.4. Innovación en la gestión de personas

6.8. Gestión del tiempo
6.8.1. Planificación, organización y control
6.8.2. Metodología de la gestión del tiempo
6.8.3. Planes de acción
6.8.4. Herramientas para la gestión eficaz del tiempo

6.9. Teoría de juegos

6.10. Gestión del cambio estratégico

Módulo 7. *Strategy in* Marketing *Management*

7.1. Marketing *Management*
7.1.1. *Positioning and Value Creation*
7.1.2. Orientación y posicionamiento de la empresa al Marketing
7.1.3. Marketing estratégico vs. Marketing operativo
7.1.4. Objetivos en dirección de Marketing
7.1.5. Comunicaciones integradas de Marketing

7.2. Función del Marketing estratégico
7.2.1. Principales estrategias de Marketing
7.2.2. Segmentación, *Targeting* y posicionamiento
7.2.3. Gestión del Marketing estratégico

7.3. Dimensiones de la estrategia del Marketing
7.3.1. Recursos e inversiones necesarias
7.3.2. Fundamentos de la ventaja competitiva
7.3.3. Comportamiento competitivo de la empresa
7.3.4. *Focus* Marketing

7.4. Estrategias de desarrollo de nuevos productos
7.4.1. Creatividad e innovación en Marketing
7.4.2. Generación y filtrado de ideas
7.4.3. Análisis de viabilidad comercial
7.4.4. Desarrollo, pruebas de mercado y comercialización

7.5. Políticas de fijación de precios
7.5.1. Metas a corto y largo plazo
7.5.2. Tipos de fijación de precios
7.5.3. Factores que influyen en la determinación del precio

7.6. Estrategias de promoción y *Merchandising*
7.6.1. Gestión de la publicidad
7.6.2. Plan de comunicación y medios
7.6.3. El *Merchandising* como técnica de Marketing
7.6.4. *Visual Merchandising*

7.7. Estrategias de distribución, expansión e intermediación
7.7.1. Externalización de la fuerza de ventas y atención al cliente
7.7.2. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios
7.7.3. Gestión del ciclo de ventas

7.8. Desarrollo del plan de Marketing
7.8.1. Análisis y diagnóstico
7.8.2. Decisiones estratégicas
7.8.3. Decisiones operativas

7.9. Nuevos medios de Marketing

7.10. Marketing internacional

Módulo 8. Estrategia empresarial y estrategia de operaciones

8.1. Nuevos escenarios en *Supply Chain Management*
8.1.1. Gestión en entornos multiculturales
8.1.2. La innovación en SCM
8.1.3. Orientación a la demanda a través de operaciones flexibles
8.1.4. Filosofías y técnicas utilizadas en Japón

8.2. Visión global de la Supply Chain Management
8.2.1. Oportunidades y amenazas de la SCM
8.2.2. Diseño estratégico de la *Supply Chain*
8.2.3. Tendencias

8.3. La estrategia de operaciones
8.3.1. Introducción a la estrategia y niveles estratégicos
8.3.2. La gestión por procesos
8.3.3. Gestión de stocks

8.4. Toma de decisiones en logística
8.4.1. Análisis de decisiones
8.4.2. La dirección y la planificación global de operaciones
8.4.3. Gestión del riesgo en SC
8.4.4. Toma de decisiones *Hard y Soft*

8.5. *Lean Operations Strategy*
8.5.1. Sinergias estratégicas con áreas funcionales
8.5.2. Operadores logísticos
8.5.3. Matriz proceso-producto

8.6. Gestión estratégica de compras
8.6.1. Nuevos retos en la gestión de compras, *Sourcing* y aprovisionamiento
8.6.2. Función de compras en la empresa y en la cadena de suministro
8.6.3. Función de compras como proveedora de recursos
8.6.4. Aspectos legales de la función de compras

8.7. Aprovisionamiento estratégico
8.7.1. Selección y desarrollo de proveedores
8.7.2. Generación de valor desde el aprovisionamiento estratégico
8.7.3. Operadores logísticos en aprovisionamiento

8.8. Diseño de la estrategia de compras
8.8.1. Externalización
8.8.2. Subcontratación de procesos
8.8.3. Globalización
8.8.4. Deslocalización

8.9. Estrategia de operaciones en manufactura

8.10. Estrategia de operaciones en servicios

Módulo 9. *Business & international strategy*

9.1. *Business & international strategy*
9.1.1. Internacionalización
9.1.2. *Growth & development in emerging markets*
9.1.3. Sistema monetario internacional

9.2. Dirección estratégica de negocios internacionales
9.2.1. La internacionalización en el nuevo orden mundial
9.2.2. La influencia de la cultura en los negocios internacionales
9.2.3. La selección de mercados y países
9.2.4. Deslocalización y *offshoring*

9.3. Estrategias de internacionalización
9.3.1. Razones y requisitos para la salida a mercados exteriores
9.3.2. Alianzas estratégicas en el proceso de expansión internacional
9.3.3. Formas de entrada en nuevos mercados internacionales

9.4. Decisiones de internacionalización
9.4.1. Estudios de mercado y toma de decisiones
9.4.2. Elección de la localización y modo de operación
9.4.3. Elección de la forma jurídica adecuada

9.5. Etapas del proceso de internacionalización
9.5.1. Análisis de demanda internacional
9.5.2. Diagnóstico del potencial de exportación
9.5.3. Planificación de la internacionalización
9.5.4. Etapas en la exportación

9.6. Internacionalización según el tipo de empresa
9.6.1. Empresas de producto y empresas de servicio
9.6.2. Empresas internacionalizadas y empresas multinacionales
9.6.3. La pyme y su modelo de internacionalización

9.7. Obstáculos a la internacionalización
9.7.1. Restricciones legales
9.7.2. Obstáculos logísticos, financieros y comerciales
9.7.3. Obstáculos en la inversión directa

9.8. Cross-cultural Management
9.8.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
9.8.2. La globalización en la gestión empresarial
9.8.3. Liderazgo intercultural

9.9. Diversidad internacional y rendimiento

9.10. Variedad de productos y mercados

Módulo 10. *Business analytics and Big Data*

10.1. Gestión estratégica basada en datos

10.2. Inteligencia de clientes (CRM)

10.3. Fuentes de datos y captación de información

10.4. Almacenamiento y procesamiento

10.5. Análisis de datos masivos para la estrategia

10.6. Programación científica y Python

10.7. Análisis estadístico con R

10.8. *Machine Learning* para el *Business Analytics*

10.9. Minería de texto y lenguaje natural

10.10. Integración de herramientas para la estrategia



08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) es un programa dirigido a profesionales del sector que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de llevar a cabo con éxito su labor 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.



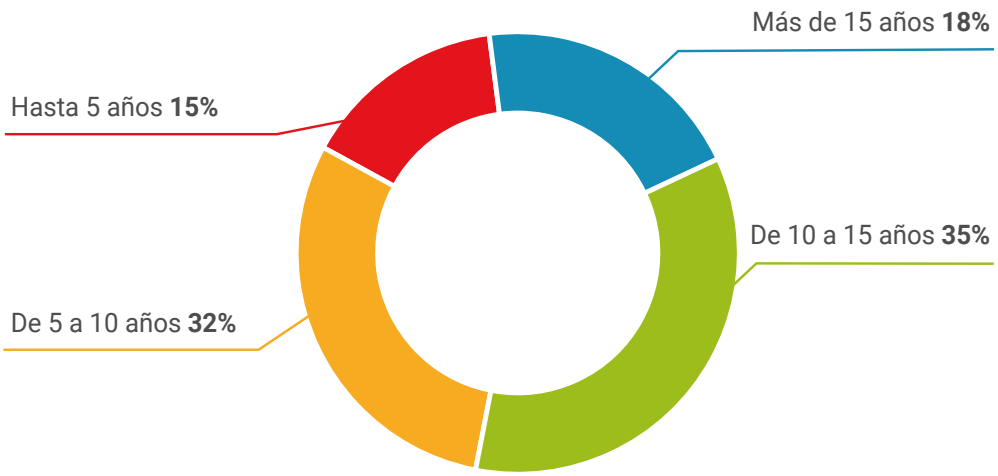


Si tienes experiencia en dirección y management, y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa"

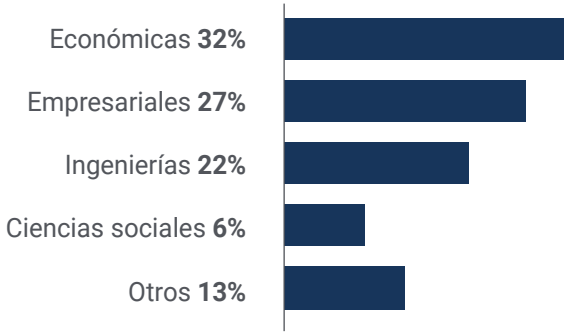
Edad media

Entre **35** y **45** años

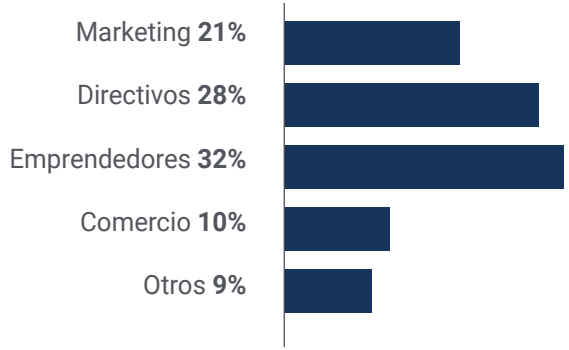
Años de experiencia



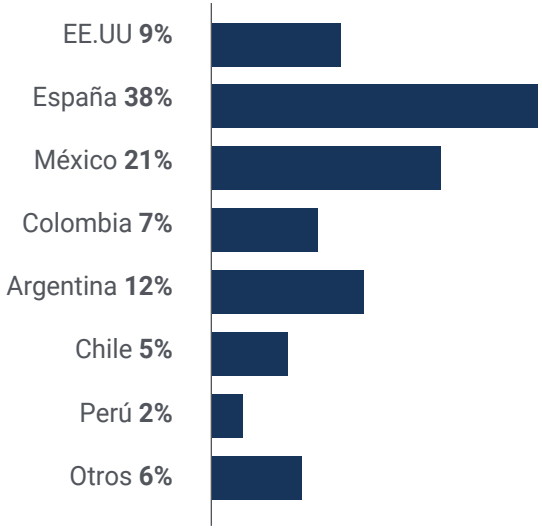
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Nacho Ruiz

Chief Strategy Officer

"En mi profesión, es imprescindible continuar constantemente especializándose, ya que cada vez surgen nuevas técnicas y herramientas que son indispensables para el desarrollo adecuado de la empresa. Por ello, llevaba tiempo buscando un programa que me permitiera ponerme al día. Por suerte, en TECH encontré este MBA en Estrategia(CSO, Chief Strategy Officer), una capacitación clave para evolucionar profesional y personalmente"

09

Dirección del curso

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





Te guiará durante toda la enseñanza un equipo docente altamente capacitado en la dirección estratégica empresarial, obteniendo una tutorización completamente personalizada"

Dirección



Dr. Fernández Curtiella, Francisco Javier

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



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, en TECH ponemos todos nuestros recursos a su disposición para que adquiera la especialización que busca en poco tiempo, y de esta manera, lograr un cambio profesional positivo que cumpla sus expectativas laborales.





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 Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer) de TECH es un programa intensivo que le preparará para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel estratégico y de dirección general. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional y ayudarle a conseguir el éxito.

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

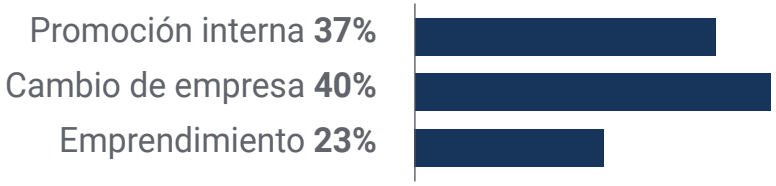
TECH pone todos sus recursos a tu disposición para que te capacites para el éxito.

Una especialización superior te permitirá obtener una mejoría a nivel 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 MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy 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.





Tras estudiar con nosotros tendrás una visión más global de la empresa que te permitirá marcar un antes y un después en tu negocio”

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 puedan 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

Podrás 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 Estrategia (CSO, Chief Strategy 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 Estrategia (CSO, Chief Strategy 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 Estrategia (CSO, Chief Strategy 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 Estrategia (Chief Strategy Officer)

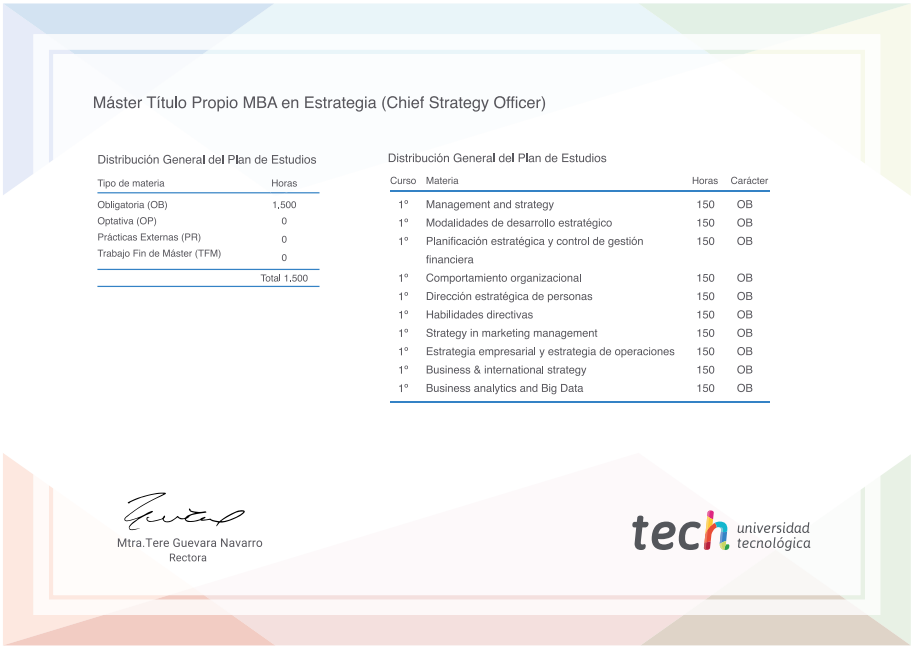
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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 MBA en Estrategia (Chief Strategy 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	Management and strategy	150	OB
1º	Modalidades de desarrollo estratégico	150	OB
1º	Planificación estratégica y control de gestión financiera	150	OB
1º	Comportamiento organizacional	150	OB
1º	Dirección estratégica de personas	150	OB
1º	Habilidades directivas	150	OB
1º	Strategy in marketing management	150	OB
1º	Estrategia empresarial y estrategia de operaciones	150	OB
1º	Business & international strategy	150	OB
1º	Business analytics and Big Data	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 Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)

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

Máster Título Propio

MBA en Estrategia (CSO, Chief Strategy Officer)



tech universidad tecnológica