

Máster Título Propio

Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital

M C E E D





Máster Título Propio

Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital

Idioma: Español

Modalidad: Online

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad Tecnológica

Horas lectivas: 1.500 h.

Dirigido a: Licenciados, Diplomados o Graduados Universitarios,
profesionales en el campo de las Ciencias Empresariales,
que quieran profundizar en sus conocimientos en este ámbito

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-creacion-emprendimiento-empresa-digital

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

Impacto para tu carrera

pág. 50

10

Beneficios para tu empresa

pág. 54

11

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.

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.



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

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

Los objetivos de este programa se basan en paliar las necesidades de capacitación extra de los profesionales de las Ciencias Empresariales en el campo del emprendimiento digital. En este sentido, se ha establecido, de forma realista, una especialización completa y óptima para llevar al alumno a la excelencia académica e impulsarlo para que consiga una progresión eficiente en su carrera profesional. Por todo esto, esta capacitación será para el alumno un viaje de crecimiento tanto personal como profesional que le llevará hasta la calidad máxima en su intervención como experto en creación de empresas digitales.



“

Tener experiencia internacional, compromiso ético y visión de negocio son algunas de las características más demandadas en los directivos de la era digital”

Sus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarle a conseguirlos.

El Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital capacitará al alumno para:

01

Conocer la forma correcta de administrar y gestionar empresas de todos los tamaños y sectores

04

Saber trabajar la contabilidad y las finanzas de una empresa

02

Entender en profundidad lo que son las Tecnologías de la Información y Comunicación y su implicación en las organizaciones actuales

03

Saber trabajar con diversos tipos de TIC

05

Aprender a realizar una buena dirección comercial en empresas de todos los tamaños y sectores



06

Saber trabajar con los sistemas de gestión de la información

08

Conocer en profundidad los fundamentos del Marketing digital en las empresas actuales



09

Entender el funcionamiento del panorama empresarial dentro del mundo digital

07

Entender los fundamentos de la dirección empresarial a nivel estratégico

10

Conocer los fundamentos de la administración de empresas a partir de la descripción de sus elementos, su entorno, función y organización

11

Contar con los elementos necesarios para una toma de decisiones asertiva

12

Entender el ámbito de la dirección y administración

13

Comprender la formulación de cuentas anuales

14

Identificar la relación de la administración directiva con la empresa

15

Comprender las principales funciones de la directiva con la empresa



16

Adquirir un panorama amplio sobre el proceso administrativo y lo aplicará dentro de sus funciones laborales

18

Entender las obligaciones tributarias desde un punto de vista legal

19

Analizar la importancia de la contar con iniciativa para el emprendimiento de negocios

17

Conocer las características del tributo y ser capaz de clasificarlos

20

Entender el papel preponderante de la innovación como diferenciador para el establecimiento de planes de negocio



05 Competencias

Después de superar las evaluaciones del Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada en base a la metodología didáctica más innovadora.



“

*Este programa te permitirá adquirir
las competencias necesarias para
ser más brillante en tu labor diaria”*

01

Analizar las distintas estrategias que existen en Marketing digital y gestionar campañas de este tipo

02

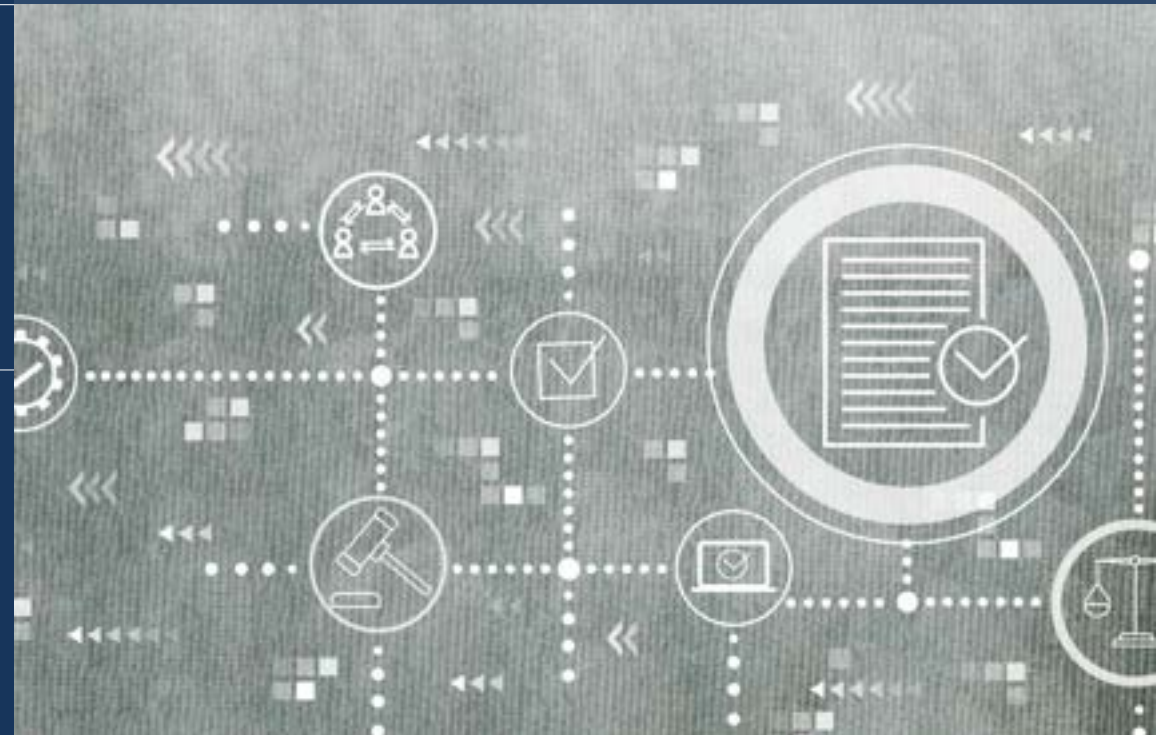
Potenciar la innovación dentro de empresas de todos los sectores

03

Diseñar un plan de negocios desde sus inicios, conociendo los medios de financiamiento disponibles

04

Comprender las estrategias de gestión de los sistemas de información para el correcto funcionamiento de la empresa



05

Interpretar las características, funciones y tipologías de los diversos sistemas de tecnologías de la información

06

Intervenir en escenarios tecnológicos para el desarrollo de procesos educativos adaptables al nuevo contexto

07

Analizar las implicaciones del entorno económico global en los negocios

08

Analizar las distintas estrategias de reestructuración de las empresas



09

Poder calcular diversos impuestos empresariales

10

Potenciar las ideas para el emprendimiento en el panorama digital

11

Integrar las nuevas tecnologías de la información en ambientes virtuales para el desarrollo de procesos educativos en diferentes ámbitos





12

Adaptarse al nuevo contexto que implica intervenir y desarrollarse en la empresa digital

13

Identificar las variables que deben considerarse en la toma de decisiones empresariales

14

Gestionar y administrar empresas del sector digital

06

Estructura y contenido

El temario de este Máster Título Propio ha sido diseñado y creado por un equipo de expertos en la materia para responder, de manera específica, a las necesidades de los profesionales de las Ciencias Empresariales. Este compendio de contenidos además ha sido diseñado con una perspectiva centrada en los aprendizajes aplicados, que permitirá al profesional intervenir con éxito a través de una visión amplia y conectada con el entorno real de la profesión. Así, este programa se convertirá en la principal baza del alumno a la hora de insertarse con éxito dentro de un mercado laboral que cada vez demanda más profesionales especialistas en el mercado del emprendimiento digital.



“

*El temario más completo del mercado
con un solo fin: especializar a los mejores
directivos de empresas digitales”*

Plan de estudios

Las formas de emprender, dirigir y trabajar en el sector empresarial están cambiando a pasos agigantados. Hoy en día, crear una empresa no es lo que era antes, básicamente porque ahora no es necesario tener un espacio físico definido para poner en marcha un negocio. Partiendo de esa premisa, son muchas las personas que se animan a emprender porque, a priori, parece una tarea más sencilla, pero, aunque el mundo digital otorgue muchísimas ventajas, si no se hace de la forma correcta, la nueva organización estará abocada al fracaso.

Siendo plenamente conscientes de esto, los profesionales de TECH han diseñado este completísimo Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital que nace con el objetivo de capacitar a los profesionales de las ciencias empresariales para que sean capaces de idear, crear y dirigir empresas en el sector digital con unas mayores garantías de éxito.

Así, lo largo este programa académico, el alumno analizará multitud de casos prácticos que le permitirán entender en profundidad el funcionamiento del entorno digital. Esta completa inmersión en situaciones reales le otorgarán una visión más completa y efectiva del panorama empresarial actual a nivel online, y le ayudarán a comprender que el comportamiento de los clientes en los entornos digitales es completamente distinto al de empresas tradicionales, pues en esta nueva vertiente las personas no van en busca del producto, sino de experiencias.

Este completísimo compendio de contenidos que TECH pone en su mano está pensado para ser impartido en formato 100% digital. Así, solo necesitará un dispositivo electrónico con conexión a internet y tendrá acceso al banco de información más grande que pueda imaginar. Además, al ser online, serás el alumno decida cuándo, cómo y dónde estudiar, por lo que no tendrá que renunciar al resto de sus actividades diarias para seguir estudiando.

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se imparte totalmente online.

Módulo 1	Administración de empresas: introducción y organización
Módulo 2	Introducción a las TIC
Módulo 3	Contabilidad financiera
Módulo 4	Dirección comercial I
Módulo 5	Dirección de empresas
Módulo 6	Régimen fiscal de la empresa
Módulo 7	Estrategias de Marketing digital
Módulo 8	Tecnología e información en la empresa digital
Módulo 9	Creación y gestión de empresas en el entorno digital
Módulo 10	Dirección de la innovación en un entorno digital



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital 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. Administración de empresas: introducción y organización

1.1. La empresa y sus elementos

- 1.1.1. El concepto de empresa
- 1.1.2. Funciones y clasificaciones de objetivos empresariales
- 1.1.3. El empresariado
- 1.1.4. Tipos de empresa

1.2. La empresa como sistema

- 1.2.1. Conceptos del sistema
- 1.2.2. Los modelos
- 1.2.3. Subsistema de la empresa
- 1.2.4. Subsistema de valores

1.3. El entorno de la empresa

- 1.3.1. Entorno y valor
- 1.3.2. Entorno general
- 1.3.3. Entorno específico
- 1.3.4. Herramientas de análisis

1.4. La función directiva

- 1.4.1. Conceptos básicos
- 1.4.2. ¿Qué es dirigir?
- 1.4.3. La toma de decisiones
- 1.4.4. El liderazgo

1.5. La planificación empresarial

- 1.5.1. Plan empresarial
- 1.5.2. Elementos de la planificación
- 1.5.3. Etapas
- 1.5.4. Herramientas de planificación

1.6. El control empresarial

- 1.6.1. Conceptos, tipos y terminología
- 1.6.2. Control de gestión
- 1.6.3. Control de calidad
- 1.6.4. Cuadro de Mando Integral

1.7. La organización empresarial

- 1.7.1. Conceptos básicos
- 1.7.2. Estructura organizativa
- 1.7.3. Dimensiones culturales
- 1.7.4. Modelos estructurales

1.8. Dirección de Recursos Humanos

- 1.8.1. Motivación
- 1.8.2. Reclutamiento y selección
- 1.8.3. Formación del personal
- 1.8.4. Evaluación del rendimiento

1.9. Elementos del Marketing y finanzas

- 1.9.1. Concepto y etapas
- 1.9.2. Marketing y mercados
- 1.9.3. Marketing estratégico
- 1.9.4. Relación y sinergias

Módulo 2. Introducción a las TIC

2.1. Sistemas de información: características, función y tipologías

- 2.1.1. Introducción a las TIC
- 2.1.2. Principios
- 2.1.3. Características
- 2.1.4. Inicios
- 2.1.5. Ventajas y desventajas
- 2.1.6. Tipologías
- 2.1.7. Tipologías de los sistemas de información
- 2.1.8. Procesos de negocio

2.2. Sistemas de Información: influencia, ventaja competitiva y estrategias basadas en redes y web 2.0

- 2.2.1. Influencia de las TIC
- 2.2.2. Actuales
- 2.2.3. Globales
- 2.2.4. Ventajas competitivas
- 2.2.5. Estrategias basadas en web 2.0
- 2.2.6. Estrategias de redes

2.3. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

- 2.3.1. Componentes
- 2.3.2. Concepto
- 2.3.3. Tipos de componentes
- 2.3.4. Aplicaciones
- 2.3.5. Evolución de la infraestructura
- 2.3.6. Historia
- 2.3.7. Situación actual y desarrollo
- 2.3.8. La administración de la infraestructura de las TIC
- 2.3.9. Impulsores
- 2.3.10. Administración

2.4. Hardware y Tendencias en el hardware

- 2.4.1. El hardware
- 2.4.2. Concepto
- 2.4.3. Evolución del hardware
- 2.4.4. Clasificación del hardware y el software
- 2.4.5. Tendencias en el hardware
- 2.4.6. Procesador de datos
- 2.4.7. Aceleración en los procesos
- 2.4.8. Almacenamiento de datos procesados
- 2.4.9. Visualización gráfica

2.5. Integración de las plataformas de procesamiento y telecomunicaciones 2.5.1. Integración 2.5.2. Conceptualización 2.5.3. Evolución 2.5.4. Interdependencia empresarial 2.5.5. Integración y competición 2.5.6. Herramientas de integración 2.5.7. <i>Big data</i>	2.6. Modalidades de procesamiento, virtualización y procesadores multinúcleo 2.6.1. Diferentes modelos 2.6.2. Sistemas de múltiples procesadores 2.6.3. Concepto de procesamiento 2.6.4. La virtualización 2.6.5. Requerimientos 2.6.6. Hipervisores 2.6.7. Paravirtualización	2.7. El software y las plataformas de software 2.7.1. El software 2.7.2. Contexto 2.7.3. Conceptos y definiciones 2.7.4. Aplicaciones 2.7.5. Plataformas de software 2.7.6. Plataformas actuales 2.7.7. Evolución de las plataformas	2.8. El lenguaje Java y la integración de aplicaciones empresariales 2.8.1. El lenguaje Java 2.8.2. Conceptos 2.8.3. Características 2.8.4. Puntos más destacados 2.8.5. Arquitectura de las aplicaciones empresariales 2.8.6. Concepto 2.8.7. La integración en las empresas 2.8.8. <i>Trascoding</i> 2.8.9. Adaptación semántica de contenidos
2.9. Redes: redes corporativas y tecnologías de conectividad 2.9.1. Redes corporativas y tecnologías de la conectividad 2.9.2. Transformación 2.9.3. Conectividad en la empresa 2.9.4. Soluciones de conectividad 2.9.5. Tipos y medio de transmisión 2.9.6. Concepto y definiciones 2.9.7. Mapas de transmisiones	2.10. Internet, la Web, la Web 2.0 y la Web 3.0 2.10.1. ¿Qué es internet? 2.10.2. Conceptualización 2.10.3. Aplicaciones 2.10.4. Web 1.0 2.10.5. Conceptualización 2.10.6. Contenidos estáticos 2.10.7. La divulgación 2.10.8. Web 2.0 2.10.9. Conceptualización 2.10.10. Contenidos dinámicos 2.10.11. El desarrollo 2.10.12. Web 3.0 2.10.13. Conceptualización 2.10.14. Contenidos multidispositivo 2.10.15. La Web inteligente	2.11. Herramientas empresariales para comunicación y coordinación 2.11.1. Herramientas empresariales 2.11.2. La dirección a distancia 2.11.3. Planificar la comunicación 2.11.4. Métodos de coordinación 2.11.5. La coordinación internacional 2.11.6. Coordinación internacional 2.11.7. Concepto online	2.12. Organización tradicional de archivos, sistemas de gestión y almacenes de datos y minería de datos 2.12.1. Almacenamiento de datos 2.12.2. Análisis de datos 2.12.3. Tipos de almacenamiento 2.12.4. Tipos de información almacenable 2.12.5. Variabilidad de datos 2.12.6. Sistemas de gestión de datos 2.12.7. Cuadro de Mando Integral 2.12.8. Procesos de planificación 2.12.9. Indicadores de gestión 2.12.10. Minería de datos 2.12.11. Concepto 2.12.12. Teoría de la complejidad computacional 2.12.13. Tendencias
2.13. Sistemas de empresa: sistemas de gestión empresarial y sistemas de ayuda a la toma de decisiones 2.13.1. Sistema de soporte de decisiones 2.13.2. Sistemas de ayuda: DSS 2.13.3. La toma de decisiones en base a la gestión de datos 2.13.4. Procesos de gestión empresarial 2.13.5. Conceptos de gestión 2.13.6. Etapas del proceso	2.14. Comercio electrónico 2.14.1. Significado de comercio electrónico 2.14.2. Concepto 2.14.3. B2B 2.14.4. Implicaciones 2.14.5. Retos del comercio electrónico 2.14.6. Principales tipos de comercio electrónico 2.14.7. Tipos de comercio electrónico 2.14.8. Mercados de comercio 2.14.9. La evolución y repercusión 2.14.10. Expansión 2.14.11. Repercusión global		

Módulo 3. Contabilidad financiera

3.1. Elementos y formulación de las cuentas anuales

- 3.1.1. Balance de situación, cuenta de pérdidas y ganancias y memoria
- 3.1.2. Estado de cambios en el patrimonio neto
- 3.1.3. Estado de flujos de efectivo
- 3.1.4. Normas para la formulación de las cuentas anuales
- 3.1.5. Modelos para los estados financieros

3.2. Criterios de valoración

- 3.2.1. Coste histórico
- 3.2.2. Valor razonable
- 3.2.3. Valor neto realizable
- 3.2.4. Valor en uso
- 3.2.5. Valor contable o en libros
- 3.2.6. Contabilidad creativa

3.3. Inmovilizado material e intangible

- 3.3.1. Normativa y formas de adquisición
- 3.3.2. Amortizaciones
- 3.3.3. Pérdidas por deterioro de valor o enajenación
- 3.3.4. Inversiones inmobiliarias

3.4. Instrumentos financieros

- 3.4.1. Activos financieros
- 3.4.2. Pasivos financieros
- 3.4.3. Valoración, identificación y gestión de riesgos
- 3.4.4. Operaciones de cobertura y de negociación
- 3.4.5. Contabilidad de los Instrumentos de Capital

3.5. Estudio y valoración de fondos propios

- 3.5.1. El patrimonio neto en el balance
- 3.5.2. Subvenciones, donaciones y legados
- 3.5.3. Fondos propios y ajustes por cambios de valor

3.6. Operaciones de reestructuración

- 3.6.1. Fusiones
- 3.6.2. Escisiones
- 3.6.3. Aportaciones no dinerarias
- 3.6.4. Canjes de valor

3.7. Impuesto sobre beneficios

- 3.7.1. Estructura del Impuesto sobre Sociedades
- 3.7.2. Cálculo y contabilización del gasto devengado por el Impuesto sobre Sociedades
- 3.7.3. Diferencias permanentes y temporarias

3.8. Contabilidad en moneda extranjera

- 3.8.1. Moneda funcional y moneda de presentación
- 3.8.2. Valoración de partidas monetarias y no monetarias
- 3.8.3. Diferencias temporarias en operaciones realizadas en moneda extranjera

Módulo 4. Dirección comercial I

4.1. Investigación de mercados

- 4.1.1. Conducta del consumidor
- 4.1.2. Técnicas de investigación de mercados
- 4.1.3. Herramientas para el análisis de datos
- 4.1.4. Alcances y limitaciones

4.2. Publicidad

- 4.2.1. La importancia de la publicidad para la empresa
- 4.2.2. Experiencia de compra
- 4.2.3. Publicidad en medios digitales

4.3. Planificación de medios

- 4.3.1. Audiencias y mercado publicitario
- 4.3.2. Selección de medios y soportes
- 4.3.3. Medición de la eficacia

4.4. Dirección comercial

- 4.4.1. Análisis interno y externo. DAFO
- 4.4.2. Análisis sectorial y competitivo
- 4.4.3. Modelo Canvas

Módulo 5. Dirección de empresas

5.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques 5.1.1. Funciones del directivo 5.1.2. La estrategia de la dirección 5.1.3. Cultura organizacional	5.2. Proceso de gestión del cambio 5.2.1. Tipos 5.2.2. Resistencia 5.2.3. Estimulación a la innovación 5.2.4. Modelos de gestión	5.3. La toma de decisiones 5.3.1. El proceso de toma de decisiones y gestión 5.3.2. Estilos de gestión 5.3.3. Tipos de decisiones	5.4. La planificación estratégica 5.4.1. Objetivos 5.4.2. Métodos 5.4.3. Planificación de entornos dinámicos
5.5. El proceso de dirección estratégica 5.5.1. Tipos de procesos 5.5.2. Misión y análisis de los procesos 5.5.3. Implementación de los procesos y evaluación	5.6. La estructura organizacional 5.6.1. Conceptos generales 5.6.2. Estructuras mecanicistas 5.6.3. Estructuras orgánicas	5.7. Diseños organizacionales 5.7.1. Propósitos de la organización 5.7.2. Factores de contingencia 5.7.3. Tipos de diseño	5.8. Desarrollo y desempeño de grupos 5.8.1. Definiciones y conceptos generales 5.8.2. Grupos eficientes 5.8.3. Grupos globales
5.9. La comunicación en la empresa 5.9.1. Función de la comunicación en la empresa 5.9.2. Métodos de comunicación 5.9.3. Influencia de las TIC	5.10. Comunicación interpersonal y organizacional 5.10.1. Conceptos básicos 5.10.2. Comunicación interpersonal 5.10.3. Comunicación organizacional	5.11. La motivación en la empresa 5.11.1. Concepto y aplicación de la motivación 5.11.2. Teorías de la motivación 5.11.3. Implementación de la motivación	5.12. El liderazgo en la empresa 5.12.1. Teorías de contingencia 5.12.2. Tipos de liderazgo 5.12.3. Implementación del liderazgo en la empresa
5.13. El control de operaciones 5.13.1. Conceptos del control y el control de gestión 5.13.2. Procesos del control 5.13.3. Medición y evaluación	5.14. Gestión del control de operaciones 5.14.1. Herramientas para el control 5.14.2. Sistemas de corrección 5.14.3. Ventajas y problemas del control de operaciones	5.15. Dirección de operaciones 5.15.1. Importancia de la dirección 5.15.2. La cadena de valor 5.15.3. Gestión de calidad 5.10.4. Costes de almacenaje, <i>picking</i> y <i>packing</i> 5.10.5. Costes de distribución	

Módulo 6. Régimen fiscal de la empresa

6.1. Concepto y características del tributo	6.2. La relación jurídica tributaria y las obligaciones tributarias	6.3. La exención, no sujeción, devengo y exigibilidad	6.4. Elementos esenciales de las obligaciones tributarias
6.5. El sistema tributario y la clasificación de impuestos	6.6. Cálculo del impuesto sobre sociedades	6.7. Los regímenes especiales	6.8. Determinación del IRPF
6.9. El IVA	6.10. Obligaciones		

Módulo 7. Estrategias de Marketing digital

7.1. Administración de negocios digitales

- 7.1.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
- 7.1.2. Diseño y creación de un Plan de Mercadotecnia Digital
- 7.1.3. Planificación y contratación de medios digitales
- 7.1.4. Análisis del ROI en un Plan de Mercadotecnia Digital

7.2. Mercadotecnia digital para reforzar la marca

- 7.2.1. Contenido de la marca y narración de cuentos
- 7.2.2. Hipersegmentación
- 7.2.3. Videomarketing
- 7.2.4. Ventas sociales

7.3. Definir la estrategia de mercadotecnia digital

- 7.3.1. *Closed loop Marketing*
- 7.3.2. *Continuous loop Marketing*
- 7.3.3. *Multichannel Marketing*

7.4. Mercadotecnia digital para captar y fidelizar clientes

- 7.4.1. Hipersegmentación y microlocalización
- 7.4.2. Estrategias de fidelización y vinculación a través de internet
- 7.4.3. Administración de la relación del visitante

7.5. Tendencias en la mercadotecnia digital

- 7.5.1. Digital neuromarketing
- 7.5.2. Avatar Marketing
- 7.5.3. *Bluecasting*

7.6. Gestión de campañas digitales

- 7.6.1. *Display advertising y rich media*
- 7.6.2. Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización
- 7.6.3. Publicidad en televisión digital

7.7. Plan de mercadotecnia en línea

- 7.7.1. Investigación en línea
- 7.7.2. Creación del Plan de Mercadotecnia en Línea
- 7.7.3. Configuración y activación
- 7.7.4. Lanzamiento y gestión

7.8. *Blended Marketing*

- 7.8.1. Integrando acciones *on* y *off*
- 7.8.2. Personalizar y segmentar
- 7.8.3. Mejorar la experiencia de usuario

Módulo 8. Tecnología e información en la empresa digital

8.1. Entornos tecnológicos

- 8.1.1. El ambiente tecnológico
- 8.1.2. Funcionamiento e importancia de las TI en la compañía
- 8.1.3. Necesidades y áreas de oportunidad

8.2. Dirección de sistemas de información

- 8.2.1. Sistemas de información empresarial
- 8.2.2. Decisiones estratégicas
- 8.2.3. Rol del CIO

8.3. Planificación estratégica de sistemas de información

- 8.3.1. El proceso de planificación estratégica
- 8.3.2. Formulación de la estrategia de SI
- 8.3.3. Plan de implantación de la estrategia

8.4. Sistemas de información e inteligencia de negocios

- 8.4.1. CRM e inteligencia de negocios
- 8.4.2. Gestión de proyectos en inteligencia de negocios
- 8.4.3. Arquitectura de inteligencia de negocios

8.5. Aplicaciones de gestión corporativa

- 8.5.1. Análisis de empresa y sectores industriales
- 8.5.2. Modelos de negocio basados en internet
- 8.5.3. El valor de la IT en la empresa

8.6. Transformación digital

- 8.6.1. Modelos de negocio de base tecnológica
- 8.6.2. Capacidades para innovar
- 8.6.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

8.7. Tecnologías y tendencias

- 8.7.1. Estrategias de comercio electrónico
- 8.7.2. Estrategias en socia media
- 8.7.3. Modelos de Comercio electrónico

8.8. *Outsourcing* de tecnologías de la información

- 8.8.1. Determinación de objetivos en TI
- 8.8.2. Selección de proveedores

Módulo 9. Creación y gestión de empresas en el entorno digital

9.1. Entorno económico global 9.1.1. Fundamentos de la economía global 9.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros 9.1.3. Emprendimiento y nuevos mercados	9.2. Finanzas corporativas 9.2.1. Política financiera y crecimiento 9.2.2. Métodos de valoración de empresas 9.2.3. Estructura de capital y apalancamiento financiero	9.3. Análisis económico de decisiones 9.3.1. Control presupuestario 9.3.2. Análisis de la competencia 9.3.3. Análisis comparativo 9.3.4. Toma de decisiones 9.3.5. La inversión o desinversión empresarial	9.4. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa 9.4.1. Evolución del modelo de IT 9.4.2. Organización y departamento IT 9.4.3. Tecnologías de la información y entorno económico
9.5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica 9.5.1. Creación de valor para clientes y accionistas 9.5.2. Decisiones estratégicas de SI/TI 9.5.3. Estrategia corporativa vs. Estrategia tecnológica y digital	9.6. Sistemas de información para la toma de decisiones 9.6.1. <i>Business Intelligence</i> 9.6.2. <i>Data Warehouse</i> 9.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral	9.7. Estrategia digital 9.7.1. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital 9.7.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información 9.7.3. Estrategia e internet	9.8. Modelos de negocio basados en internet 9.8.1. Análisis de empresas establecidas en el sector tecnológico 9.8.2. Sistemas de generación de modelos de negocio 9.8.3. Análisis de modelos de negocio innovadores en sectores tradicionales 9.8.4. Análisis de modelos de negocio innovadores en Internet
9.9. Sistemas de empresa basados en la colaboración 9.9.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM 9.9.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro 9.9.3. Sistemas de comercio electrónico	9.10. Negocios sociales 9.10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos 9.10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC 9.10.3. Como rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales 9.10.4. Movilidad y el negocio digital		

Módulo 10. Dirección de la innovación en un entorno digital

10.1. Pensamiento de diseño

- 10.1.1. La estrategia del Océano Azul
- 10.1.2. Innovación colaborativa
- 10.1.3. *Open innovation*

10.2. Inteligencia estratégica de la innovación

- 10.2.1. Vigilancia tecnológica
- 10.2.2. Prospectiva tecnológica
- 10.2.3. *Coolhunting*

10.3. Emprendimiento e innovación

- 10.3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio
- 10.3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos
- 10.3.3. Sistemas de gestión de la innovación
- 10.3.4. Habilidades *soft* de un emprendedor

10.4. Gestión de *startups*

- 10.4.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
- 10.4.2. Métricas financieras para *startups*
- 10.4.3. Planificación financiera: modelos de proyecciones y su interpretación
- 10.4.4. Métodos de valoración
- 10.4.5. Aspectos legales

10.5. El plan de negocio

- 10.5.1. *Business Plan* en la era digital
- 10.5.2. Modelo Canvas
- 10.5.3. *Value proposition model*
- 10.5.4. Contenido y presentación

10.6. Gestión de proyectos

- 10.6.1. Desarrollo ágil
- 10.6.2. *Lean management* en *startups*
- 10.6.3. Seguimiento y dirección de proyectos

10.7. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación

- 10.7.1. Fase de *seed*
- 10.7.2. Fase de *startup*
- 10.7.3. Fase de *growth*
- 10.7.4. Fase de consolidación

10.8. Financiación de *startups*

- 10.8.1. Financiación bancaria
- 10.8.2. Subvenciones
- 10.8.3. Capital semilla y aceleradoras. *Business Angels*
- 10.8.4. *Venture Capital*. IPO
- 10.8.5. *Public to Private Partnership*

10.9. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales

- 10.9.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
- 10.9.2. Entidades de *Venture Capital* nacionales e internacionales
- 10.9.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc. Bstartup
- 10.9.4. FOND-ICO Global
- 10.9.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & play

10.10. *Lean management*

- 10.10.1. Principios básicos de *Lean management*
- 10.10.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
- 10.10.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad
- 10.10.5. Canales de comunicación con el cliente
- 10.10.6. Integración con la tienda online
- 10.10.7. Centros de servicios online



08

Perfil de nuestros alumnos

El Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital es un programa dirigido a profesionales de las Ciencias Empresariales que quieran actualizar sus conocimientos en el área de la creación y gestión de empresas digitales, y avanzar en su carrera profesional hacia un futuro prometedor en este ámbito. El compendio de conocimientos que adquirirán tras la realización de esta completa especialización, les habilitará para ejercer en este ámbito con garantías de éxito, posibilitando su posicionamiento como experto en emprendimiento digital.



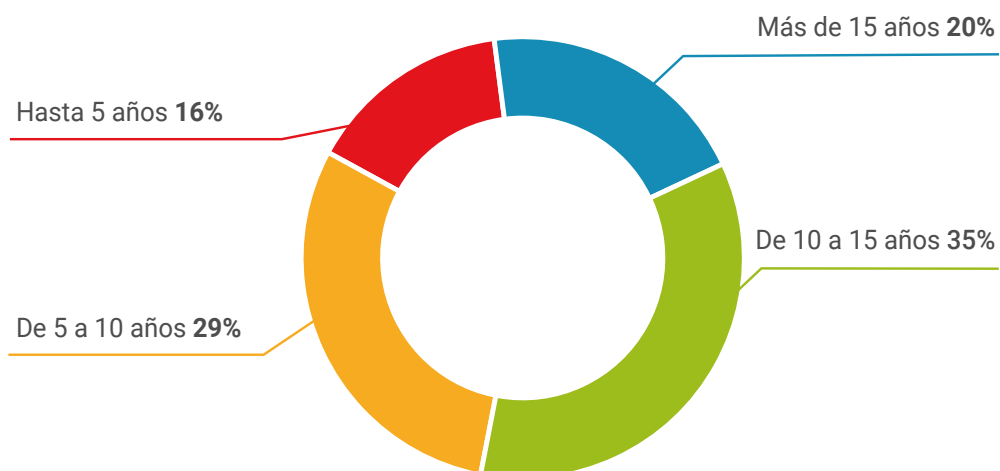
“

Si quieres conseguir una interesante mejora en tu trayectoria profesional mientras sigues trabajando, este es tu programa”

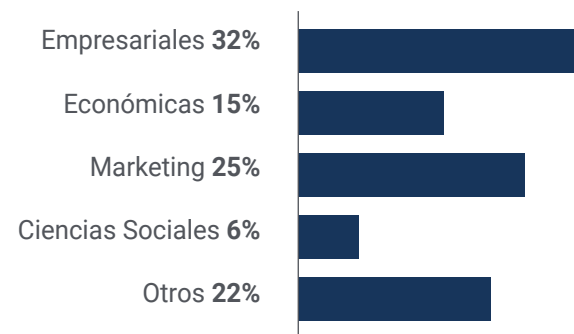
Edad media

Entre **35** y **45** años

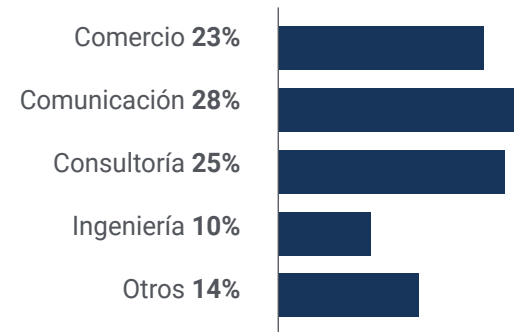
Años de experiencia



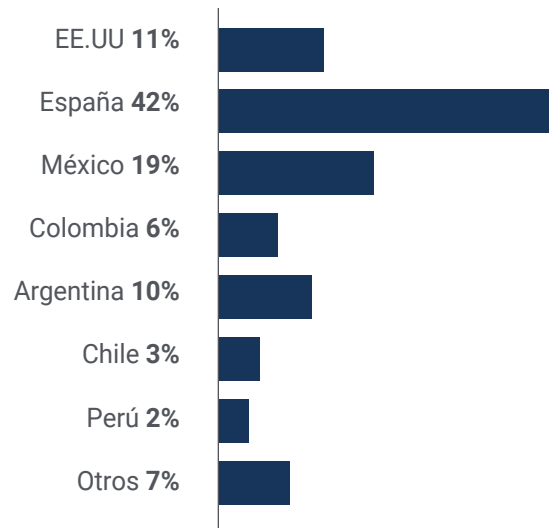
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Juan Luis Santos

Marketing Manager

"Este Máster Título Propio me ha permitido comenzar a trabajar con éxito en una startup de reciente creación en el mundo digital. Pero, más allá de eso, me ha dado la oportunidad de ejercer mi trabajo con mucha más seguridad a la hora de definir estrategias y tomar decisiones. Sin duda, la experiencia en TECH ha sido totalmente gratificante, por lo que volvería a estudiar en esta universidad"

09

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y por supuesto, personal.

El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y por ello, TECH pone todos sus esfuerzos y herramientas a su disposición para que adquiera las habilidades y destrezas necesarias que le permitirán 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

Con esta especialización podrás 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.

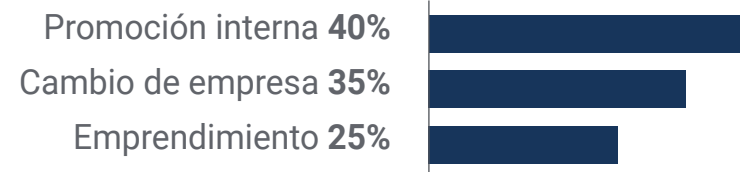
Logra el cambio que buscas en tu carrera especializándote en TECH.

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%**



10

Beneficios para tu empresa

El Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino sobre todo, a nivel profesional, aumentando 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.



“

En la actual era digital, aportarás a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios imprescindibles 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 organización 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.

06

Aumento de la competitividad

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

11

Titulación

El Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital 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”

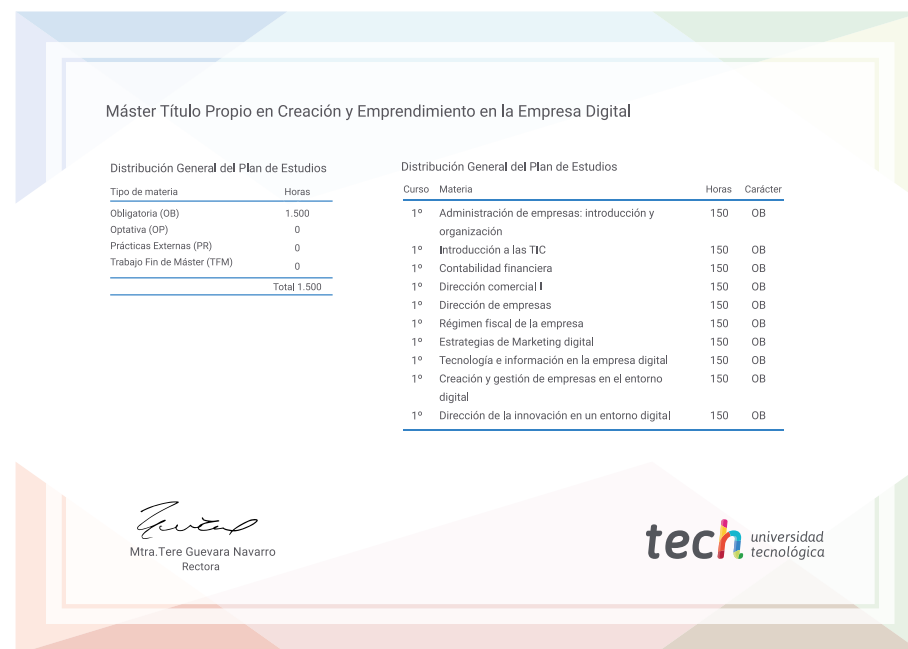
Este **Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Título 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 comunmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales

Título: **Máster Título Propio en Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital**

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**





Máster Título Propio

Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital