Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Creativas

MBADEC



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Creativas

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Dirigido a: **graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de la dirección de empresas, el marketing, la comunicación o el diseño.**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-empresas-creativas**

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. 36

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 44

09 Dirección del curso — pág. 48

10 Impacto para tu carrera — pág. 54

11 Beneficios para tu empresa — pág. 58

12 Titulación — pág. 62

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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





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

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

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

Análisis

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

Excelencia académica

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

Economía de escala

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

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

TECH ha diseñado este programa de MBA en Dirección de Empresas Creativas con el objetivo fundamental de ayudar al alumno a adquirir competencias, herramientas y conocimientos que le permitan ejercer en empresas de esta índole fomentando la generación y puesta en marcha de ideas novedosas. Para tal fin, se ha dispuesto un temario completo que hará un recorrido de 360º por todas las singularidades de la profesión, impartido por un claustro docente de excelencia.





El objetivo final que se plantea TECH con este MBA en Dirección de Empresas Creativas es el de egresar a los profesionales más competentes y preparados del mercado"

Sus objetivos son los de TECH.
Se trabaja conjuntamente para ayudarle a conseguirlos.

El **MBA en Dirección de Empresas Creativas** capacitará para:

01 Adquirir y comprender los conocimientos útiles para la formación de los estudiantes, procurándoles competencias para el desarrollo y aplicación de ideas originales en su quehacer personal y profesional

02 Entender cómo la creatividad y la innovación se han convertido en los motores de la economía

03 Resolver los problemas en entornos novedosos y en contextos interdisciplinares sobre el ámbito de la gestión de la creatividad

04 Integrar de los conocimientos propios adquiridos con los correspondientes a otras personas, formulando juicios y razonamientos fundados sobre la base de la información disponible en cada caso



05 Saber gestionar el proceso de creación y puesta en práctica de ideas novedosas sobre un tema determinado



06 Adquirir conocimientos específicos para la gestión de las empresas y organizaciones en el nuevo contexto de las industrias creativas

07 Actualizar de manera progresiva y constante en entornos autónomos de formación

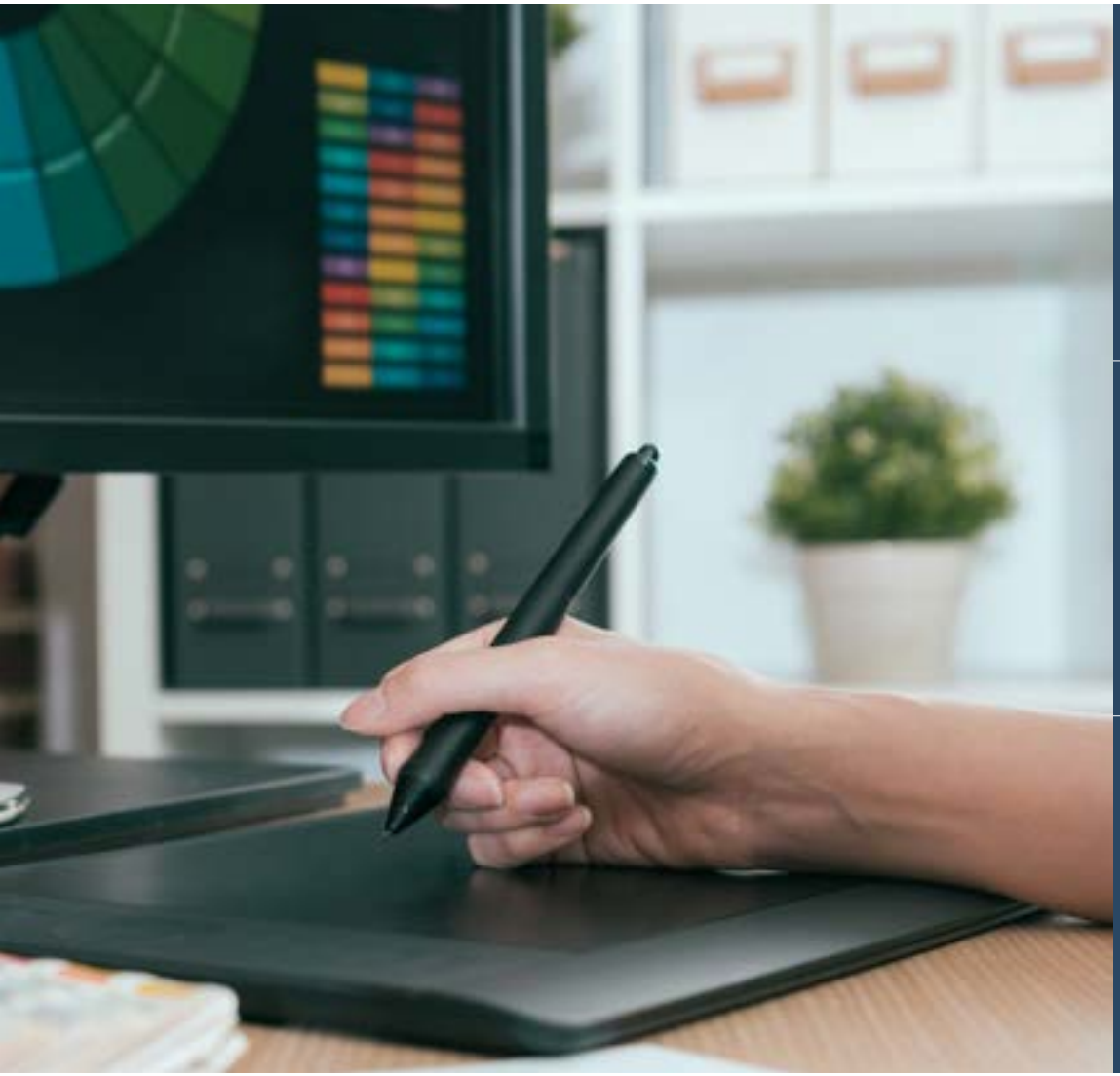
08 Poseer herramientas para analizar las realidades económicas, sociales y culturales en las que se desarrolla y transforman las industrias creativas hoy en día

09 Ayudar al alumno a que adquiera las competencias necesarias para desarrollar y evolucionar su perfil profesional tanto en entornos empresariales como de emprendimiento

10 Obtener conocimientos para llevar a cabo una gestión de las empresas y organizaciones en el nuevo contexto de las industrias creativas

11 Organizar y planificar las tareas con aprovechamiento de los recursos disponibles para afrontarlas en espacios temporales precisos





12 Usar las nuevas tecnologías de información y comunicación como instrumentos de formación e intercambio de experiencias en el ámbito de estudio

13 Desarrollar habilidades comunicativas, tanto escritas como orales, así como de realización de presentaciones profesionales eficaces en la práctica cotidiana

14 Adquirir habilidades de investigación de mercado, visión estratégica, metodologías digitales y de co-creación

05

Competencias

Tras realizar este completo programa diseñado por los profesionales de TECH, habrá adquirido una serie de competencias y habilidades que le posibilitarán ejercer en el entorno de la gestión de industrias creativas con mayor grado de acierto y éxito. Una experiencia académica que, al ser dictada en modalidad completamente online, permite al profesional seguir haciendo crecer su carrera, sin descuidar su trabajo y el resto de sus obligaciones diarias. Por lo tanto, solo necesitará un dispositivo electrónico con acceso a internet para acceder al banco de conocimientos más completo y efectivo del mercado.





Conoce las particularidades del MBA en Dirección de Empresas Creativas y desarrolla las competencias necesarias para desenvolverte con éxito en este campo”

01 Ejercer en empresas del sector de la creatividad sabiendo realizar una gestión exitosa de las mismas

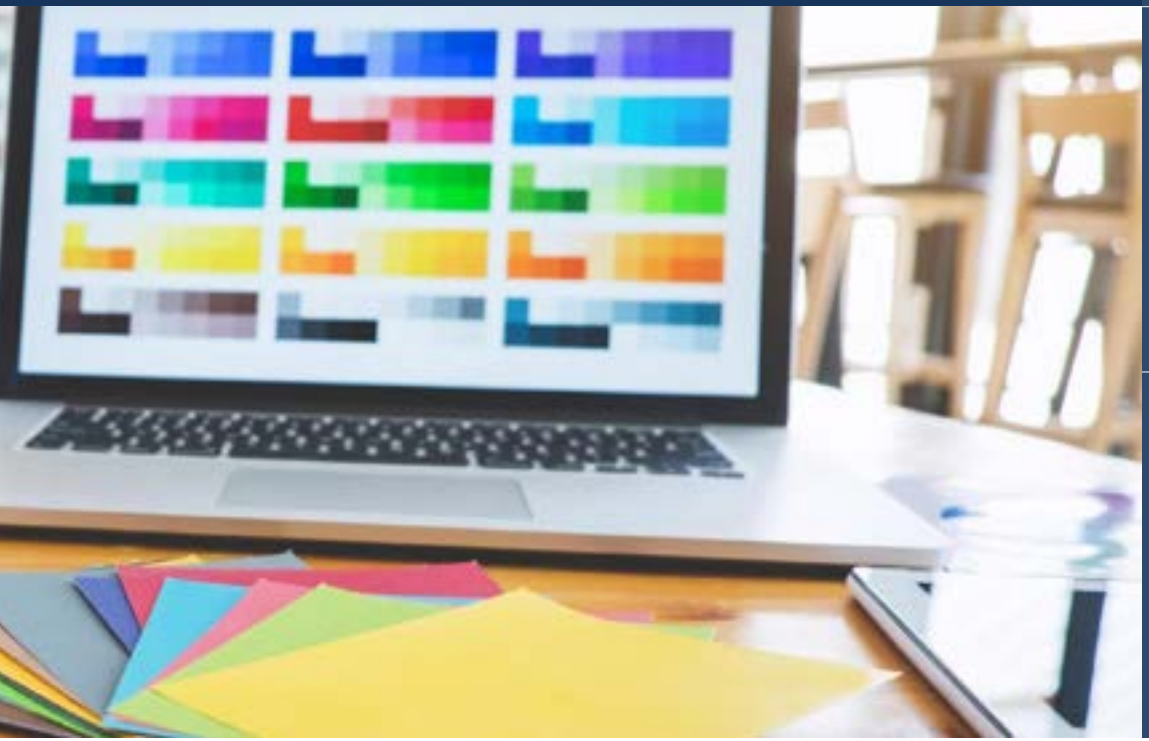
02 Conocer en profundidad el funcionamiento y el contexto global de las nuevas industrias creativas

03 Tener conocimientos profundos en todo lo relativo a la protección de productos creativos, desde la protección intelectual, hasta el derecho publicitario

04 Saber realizar una correcta gestión económica y financiera de las empresas en la industria creativa



05 Saber calcular el beneficio, la rentabilidad y los costes dentro de proyectos para la industria creativa



06 Poseer competencias completas en la metodología *Future Thinking* para poder aplicar sus beneficios en el trabajo diario

07 Saber realizar una correcta gestión de cambios y predicción del futuro de empresas de la industria creativa

08 Ser capaz de realizar una gestión eficiente del consumidor de empresas creativas

09 Saber gestionar la comunicación a nivel integral para empresas de la industria creativa

10 Poder formar parte activa del proceso de branding en empresas creativas

11 Tener conocimientos profundos que permitan al profesional gestionar el proceso de digitalización en las industrias creativas





12 Saber aplicar estrategias de marketing digital novedosas para empresas creativas

13 Dotar al alumno de conocimientos completos que le permitan emprender dentro de la industria creativa, sacando el máximo partido a su idea primaria

14 Ayudar al profesional a adquirir herramientas para gestionar el liderazgo dentro de estas industrias

06

Estructura y contenido

La estructura y los contenidos del MBA en Dirección de Empresas Creativas ha sido ideada y diseñada por un grupo de profesionales de alto prestigio en esta área de conocimiento, quienes vierten en este programa de actualización la experiencia de sus años de trabajo. De esta manera, el temario que TECH presenta para este programa está concebido en formato multimedia, para así ayudar al alumno a interiorizar los conocimientos de la forma más cómoda y fácil posible.





Lo que estudias es muy importante. Las destrezas y competencias que adquieres es lo fundamental. No encontrarás un temario más completo que este, créenos...”

Plan de estudios

Tradicionalmente la creatividad y la gestión se han concebido como disciplinas antagónicas. Sin embargo, actualmente la creatividad y la innovación se han convertido en los principales impulsores del progreso económico junto a la tecnología. Esta realidad demanda nuevos perfiles profesionales capaces de desarrollar de un modo armónico y eficaz estas herramientas en la gestión de las llamadas industrias creativas.

A través de este completo programa el alumno obtiene el dominio de todos los temas necesarios para la gestión de las empresas y organizaciones en el nuevo contexto de las industrias creativas. El programa no se centra únicamente en la gestión de las artes, sino que pretende dar las herramientas para analizar las realidades económicas, sociales y culturales en las que se desarrolla y transforman las industrias creativas hoy en día.

Así mismo, este programa está diseñado para ser estudiado con una metodología que promueva la adquisición de habilidades en el campo de la investigación de mercado, la visión estratégica, herramientas digitales y de co-creación.

Por otro lado, los empleos dentro de este sector evolucionan constantemente. Por eso, el programa pretende que el alumno adquiera las competencias necesarias para desarrollar y evolucionar su perfil profesional tanto en entornos empresariales como de emprendimiento.

Todo ello, condensado en un programa académico que se divide en diez módulos didácticos impartidos a lo largo de 12 meses y que se plantea convertirse en un punto de inflexión en la carrera profesional del alumno. De esta manera, y tras finalizar el programa, el estudiante podrá comenzar a trabajar en empresas de la industria creativa con un mayor índice de éxito.

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en 10 módulos:

Módulo 1	Nuevas industrias creativas
Módulo 2	Protección de productos creativos e intangibles en el mercado actual
Módulo 3	Gestión económica y financiera de empresas creativas
Módulo 4	*Futures Thinking:* ¿cómo transformar el hoy desde el mañana?
Módulo 5	Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas
Módulo 6	*Creative Branding:* comunicación y gestión de marcas creativas
Módulo 7	Liderazgo e innovación en las industrias creativas
Módulo 8	Transformación digital en la industria creativa
Módulo 9	Nuevas estrategias de Marketing Digital
Módulo 10	El emprendimiento en las industrias creativas



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Dirección de Empresas Creativas 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. Nuevas industrias creativas

1.1. Nuevas industrias creativas
1.1.1. De la industria cultural a la industria creativa
1.1.2. Las industrias creativas actuales
1.1.3. Actividades y sectores que componen las industrias creativas

1.2. Peso económico de las industrias creativas en la actualidad
1.2.1. Contribución
1.2.2. Impulsores de crecimiento y de cambio
1.2.3. Panorama laboral en las industrias creativas

1.3. Nuevo contexto global de las industrias creativas
1.3.1. Radiografía de las industrias creativas en el mundo
1.3.2. Fuentes de financiación de las industrias creativas en cada país
1.3.3. Casos prácticos: modelos de gestión y políticas públicas

1.4. El patrimonio natural y cultural
1.4.1. Patrimonio histórico y cultural
1.4.2. Productos derivados y servicios de museos, sitios arqueológicos, históricos y paisajes culturales
1.4.3. Patrimonio cultural intangible

1.5. Artes visuales
1.5.1. Artes plásticas
1.5.2. Fotografía
1.5.3. Artesanía

1.6. Artes escénicas
1.6.1. Teatro y danza
1.6.2. Música y festivales
1.6.3. Ferias y circo

1.7. Medios audiovisuales
1.7.1. Películas, TV y contenido audiovisual
1.7.2. Radio, podcasts y contenido auditivo
1.7.3. Videojuegos

1.8. Publicaciones actuales
1.8.1. Literatura, ensayo y poesía
1.8.2. Editoriales
1.8.3. Prensa

1.9. Servicios creativos
1.9.1. Diseño y moda
1.9.2. Arquitectura y paisajismo
1.9.3. Publicidad

1.10. Conexiones de la economía creativa o economía naranja
1.10.1. Modelo cascada y círculos concéntricos
1.10.2. *Spillovers* creativos, de producción y de conocimiento
1.10.3. Cultura al servicio de la economía creativa

Módulo 2. Protección de productos creativos e intangibles en el mercado actual

2.1. Protección jurídica de activos intangibles

2.2. Propiedad intelectual I

2.3. Propiedad intelectual II

2.4. Propiedad intelectual III

2.5. Propiedad industrial I: marcas

2.6. Propiedad industrial II: diseños industriales

2.7. Propiedad industrial III: patentes y modelos de utilidad

2.8. Propiedad intelectual e industrial: práctica

2.9. Derecho publicitario I

2.10. Derecho publicitario II

Módulo 3. Gestión económica y financiera de empresas creativas

3.1. La necesaria sostenibilidad económica
3.1.1. La estructura financiera de una empresa creativa
3.1.2. La contabilidad en una empresa creativa
3.1.3. Triple balance

3.2. Los ingresos y los gastos de una empresa creativa actual
3.2.1. Contabilidad de costes
3.2.2. Tipo de costes
3.2.3. Asignación de costes

3.3. Los tipos de beneficio en la empresa
3.3.1. Margen de contribución
3.3.2. Punto de equilibrio
3.3.3. Evaluación de alternativas

3.4. La inversión en el sector creativo
3.4.1. La inversión en la industria creativa
3.4.2. Valoración de una inversión
3.4.3. El método VAN: valor actual neto

3.5. La rentabilidad en la industria creativa
3.5.1. Rentabilidad económica
3.5.2. Rentabilidad del tiempo
3.5.3. Rentabilidad financiera

3.6. La tesorería: liquidez y solvencia
3.6.1. Flujo de caja
3.6.2. Balance y cuenta de resultados
3.6.3. Liquidación y apalancamiento

3.7. Fórmulas de financiación actualmente en el mercado creativo
3.7.1. Fondos de capital riesgo
3.7.2. *Business* angels
3.7.3. Convocatorias y subvenciones

3.8. El precio del producto en la industria creativa
3.8.1. Fijación de precios
3.8.2. Ganancia vs. Competencia
3.8.3. La estrategia de precios

3.9. Estrategia de precios en el sector creativo
3.9.1. Tipos de estrategias de precio
3.9.2. Ventajas
3.9.3. Desventajas

3.10. Presupuestos operativos
3.10.1. Herramienta de planificación estratégica
3.10.2. Elementos incluidos en el presupuesto operativo
3.10.3. Desarrollo y ejecución del presupuesto operativo

Módulo 4. *Futures Thinking*: ¿cómo transformar el hoy desde el mañana?

4.1. Metodología *Futures Thinking*
4.1.1. El *Futures Thinking*
4.1.2. Beneficios del uso de esta metodología
4.1.3. El papel del "futurista" en la empresa creativa

4.2. Señales de cambio
4.2.1. La señal de cambio
4.2.2. Identificación de las señales de cambio
4.2.3. La interpretación de las señales

4.3. Tipos de futuros
4.3.1. Viaje al pasado
4.3.2. Los cuatro tipos de futuros
4.3.3. Aplicación de la metodología *Futures Thinking* en el trabajo

4.4. *Future Forecasting*
4.4.1. En busca de *Drivers*
4.4.2. ¿Cómo crear una previsión de futuro?
4.4.3. ¿Cómo escribir un futuro escenario?

4.5. Técnicas de estimulación mental
4.5.1. Pasado, futuro y empatía
4.5.2. Hechos vs. Experiencia
4.5.3. Caminos alternativos

4.6. Previsión colaborativa
4.6.1. El futuro como un juego
4.6.2. *Future wheel*
4.6.3. El futuro desde distintos enfoques

4.7. Victorias épicas
4.7.1. Del descubrimiento a la propuesta de innovación
4.7.2. La victoria épica
4.7.3. La equidad en el juego del futuro

4.8. Futuros preferentes
4.8.1. El futuro preferente
4.8.2. Técnicas
4.8.3. Trabajar desde el futuro hacia atrás

4.9. De la predicción a la acción
4.9.1. Imágenes del futuro
4.9.2. Artefactos del futuro
4.9.3. Hoja de ruta

4.10. ODS. Una visión global y multidisciplinar del futuro
4.10.1. Desarrollo sostenible como objetivo mundial
4.10.2. La gestión del ser humano en la naturaleza
4.10.3. Sostenibilidad social

Módulo 5. Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas

5.1. El usuario en el contexto actual
5.1.1. El cambio del consumidor en los últimos tiempos
5.1.2. La importancia de la investigación
5.1.3. Análisis de tendencias

5.2. Estrategia con la persona en el centro
5.2.1. La estrategia *human centric*
5.2.2. Claves y beneficios de ser *human centric*
5.2.3. Casos de éxito

5.3. El dato en la estrategia *human centric*
5.3.1. El dato en la estrategia *human centric*
5.3.2. El valor del dato
5.3.3. Vista 360º del cliente

5.4. Implantación de la estrategia *human centric* en la industria creativa
5.4.1. Transformación de información dispersa en conocimiento del cliente
5.4.2. Análisis de la oportunidad
5.4.3. Estrategias e iniciativas de maximización

5.5. Metodología *human centric*
5.5.1. De la investigación al prototipado
5.5.2. Modelo de doble diamante: proceso y fases
5.5.3. Herramientas

5.6. *Design thinking*
5.6.1. El *design thinking*
5.6.2. Metodología
5.6.3. Técnicas y herramientas de *design thinking*

5.7. El posicionamiento de la marca en la mente del usuario
5.7.1. El análisis de posicionamiento
5.7.2. Tipología
5.7.3. Metodología y herramientas

5.8. *User insights* en las empresas creativa
5.8.1. Los *insights* y su importancia
5.8.2. *Customer journey* y la relevancia del *journey map*
5.8.3. Técnicas de investigación

5.9. El perfil de los usuarios (arquetipos y buyer persona)
5.9.1. Arquetipos
5.9.2. Buyer persona
5.9.3. Metodología de análisis

5.10. Recursos y técnicas de investigación
5.10.1. Técnicas en contexto
5.10.2. Técnicas de visualización y creación
5.10.3. Técnicas de contrastes de voces

Módulo 6. *Creative Branding:* comunicación y gestión de marcas creativas

6.1. *Brands and branding*
6.1.1. Las marcas
6.1.2. Evolución del *branding*
6.1.3. Posicionamiento, personalidad de marca, notoriedad

6.2. Construcción de la marca
6.2.1. Marketing mix
6.2.2. Arquitectura de marca
6.2.3. Identidad de marca

6.3. Expresión de la marca
6.3.1. Identidad gráfica
6.3.2. Expresión visual
6.3.3. Otros elementos que reflejan la marca

6.4. Comunicación
6.4.1. Enfoques
6.4.2. *Brand touchpoints*
6.4.3. Técnicas y herramientas de comunicación

6.5. *Brand content*
6.5.1. De marcas a plataformas de entretenimiento
6.5.2. El auge del contenido de marca
6.5.3. Conectar con la audiencia a través de relatos únicos

6.6. *Visual storytelling*
6.6.1. El análisis de la marca
6.6.2. Conceptos publicitarios creativos
6.6.3. La venta creativa

6.7. *Customer experience*
6.7.1. *Customer experience* (CX)
6.7.2. *Customer journey*
6.7.3. Alineación de la marca y CX

6.8. Planificación estratégica
6.8.1. Objetivos
6.8.2. Identificación de públicos e insights
6.8.3. Diseño de la estrategia

6.9. *Performance*
6.9.1. El *briefing*
6.9.2. Tácticas
6.9.3. Plan de producción

6.10. Evaluación
6.10.1. ¿Qué evaluar?
6.10.2. ¿Cómo evaluar? (herramientas de medición)
6.10.3. Informes de resultados

Módulo 7. Liderazgo e innovación en las industrias creativas

7.1. Creatividad aplicada a la industria
7.1.1. La expresión creativa
7.1.2. Los recursos creativos
7.1.3. Técnicas creativas

7.2. La nueva cultura innovadora
7.2.1. El contexto de la innovación
7.2.2. ¿Por qué falla la innovación?
7.2.3. Teorías académicas

7.3. Dimensiones y palancas de la innovación
7.3.1. Los planos o dimensiones de la innovación
7.3.2. Actitudes para la innovación
7.3.3. El intraemprendimiento y la tecnología

7.4. Restricciones y obstáculos de la innovación en la industria creativa
7.4.1. Restricciones personales y de grupo
7.4.2. Restricciones sociales y organizaciones
7.4.3. Restricciones industriales y tecnológicas

7.5. Innovación cerrada e innovación abierta
7.5.1. De la innovación cerrada a la innovación abierta
7.5.2. Prácticas para implementar la innovación abierta
7.5.3. Experiencias de innovación abierta en empresas

7.6. Modelos de negocio innovadores en las IICC
7.6.1. Tendencias empresariales en la economía creativa
7.6.2. Casos de estudio
7.6.3. Revolución del sector

7.7. Liderar y gestionar una estrategia de innovación
7.7.1. Impulsar la adopción
7.7.2. Liderar el proceso
7.7.3. Portfolio maps

7.8. Financiar la innovación
7.8.1. CFO: inversor de capital riesgo
7.8.2. Financiación dinámica
7.8.3. Respuesta a los retos

7.9. Hibridación: innovar en la economía creativa
7.9.1. Intersección de sectores
7.9.2. Generación de soluciones disruptivas
7.9.3. El efecto Medici

7.10. Nuevos ecosistemas creativos e innovadores
7.10.1. Generación de entornos innovadores
7.10.2. La creatividad como estilo de vida
7.10.3. Ecosistemas

Módulo 8. Transformación digital en la industria creativa

8.1. Digital future de la industria creativa
8.1.1. La transformación digital
8.1.2. Situación del sector y su comparativa
8.1.3. Retos de futuro

8.2. Cuarta revolución industrial
8.2.1. Revolución industrial
8.2.2. Aplicación
8.2.3. Impactos

8.3. Habilitadores digitales para el crecimiento
8.3.1. Efectividad operativa, aceleración y mejora
8.3.2. Transformación digital continua
8.3.3. Soluciones y servicios para las industrias creativas

8.4. La aplicación del Big Data a la empresa
8.4.1. Valor del dato
8.4.2. El dato en la toma de decisiones
8.4.3. *Data driven company*

8.5. Tecnología cognitiva
8.5.1. IA y digital interaction
8.5.2. IoT y robótica
8.5.3. Otras prácticas digitales

8.6. Usos y aplicaciones de la tecnología *Blockchain*
8.6.1. *Blockchain*
8.6.2. Valor para el sector de las IICC
8.6.3. Versatilidad de las transacciones

8.7. La omnicanalidad y el desarrollo del transmedia
8.7.1. Impacto en el sector
8.7.2. Análisis del reto
8.7.3. Evolución

8.8. Ecosistemas de emprendimiento
8.8.1. El papel de la innovación y el venture capital
8.8.2. El ecosistema *start-up* y los agentes que lo conforman
8.8.3. ¿Cómo maximizar la relación entre el agente creativo y las *start-up*?

8.9. Nuevos modelos de negocio disruptivos
8.9.1. Basado en la comercialización (plataformas y *marketplaces*)
8.9.2. Basado en la prestación de servicios (modelos *freemium, premium* o suscripción)
8.9.3. Basado en comunidades (desde el *crowdfunding*, redes sociales o blogs)

8.10. Metodologías para promover la cultura de innovación en la industria creativa
8.10.1. Estrategia de innovación del océano azul
8.10.2. Estrategia de innovación de *lean star-up*
8.10.3. Estrategia de innovación agile

Módulo 9. Nuevas estrategias de marketing digital

9.1. Tecnología y audiencias
9.1.1. La estrategia digital y diferencias entre el tipo de usuario
9.1.2. El público objetivo, factores excluyentes y generaciones
9.1.3. El *Ideal Costumer Profile* (ICP) y la buyer persona

9.2. Analítica digital para el diagnóstico
9.2.1. Analítica previa a la estrategia digital
9.2.2. Momento 0
9.2.3. KPI y métrica, tipologías, clasificación según metodologías

9.3. *E-entertainment*: el impacto del *e- commerce* en la industria del entretenimiento
9.3.1. *E-commerce*, tipologías y plataformas
9.3.2. La importancia del diseño web: UX y UI
9.3.3. Optimización del espacio online: necesidades mínimas

9.4. Social media e *Influencer Marketing*
9.4.1. Impacto y evolución del marketing en redes
9.4.2. La persuasión, claves del contenido y de acciones virales
9.4.3. Planificar campañas de social marketing e *Influencer Marketing*

9.5. Mobile marketing
9.5.1. Usuario Mobile
9.5.2. Web Mobile y Apss
9.5.3. Acciones *mobile marketing*

9.6. Publicidad en entornos online
9.6.1. La publicidad en RRSS y objetivos de los Social Ads
9.6.2. El embudo de conversión o *purchase funnel*: categorías
9.6.3. Plataformas de Social Ads

9.7. La metodología Inbound Marketing
9.7.1. *Social Selling*, pilares fundamentales y estrategia
9.7.2. La plataforma de CRM en una estrategia digital
9.7.3. El Inbound Marketing o Marketing de atracción: acciones y SEO

9.8. Automatización del Marketing
9.8.1. *Email Marketing* y tipología de emails
9.8.2. La automatización del *Email Marketing*, aplicaciones, plataformas y ventajas
9.8.3. La aparición del Bot & *Chatbot Marketing*: tipología y plataformas

9.9. Herramientas de gestión de datos
9.9.1. CRM en la estrategia digital, tipologías y aplicaciones, plataformas y tendencias
9.9.2. Big Data: Big Data, *Business Analytics* y *Business Intelligence*
9.9.3. Big Data, la Inteligencia Artificial y el *Data Science*

9.10. La medición de la rentabilidad
9.10.1. ROI: la definición del retorno de la inversión y ROI vs. ROAS
9.10.2. Optimización del ROI
9.10.3. Métricas clave

Módulo 10. El emprendimiento en las industrias creativas

10.1. El proyecto emprendedor
10.1.1. Emprendimiento, tipos y ciclo de vida
10.1.2. Perfil del emprendedor
10.1.3. Temas de interés para emprender

10.2. Liderazgo personal
10.2.1. Autoconocimiento
10.2.2. Habilidades emprendedoras
10.2.3. Desarrollo de capacidades y habilidades de liderazgo emprendedor

10.3. Identificación de oportunidades de innovación y emprendimiento
10.3.1. Análisis de megatendencias y fuerzas competitivas
10.3.2. Comportamiento del consumidor y estimación de la demanda
10.3.3. Evaluación de oportunidades de negocio

10.4. Generación de ideas de negocio en la industria creativa
10.4.1. Herramientas para la generación de ideas: *brainstorming*, mapas mentales, *drawstorming*, etc.
10.4.2. Diseño de propuesta de valor: canvas, 5 W
10.4.3. Desarrollo de la propuesta de valor

10.5. Prototipado y validación
10.5.1. Desarrollo del prototipo
10.5.2. Validación
10.5.3. Ajustes de prototipado

10.6. Diseño del modelo de negocio
10.6.1. El modelo de negocio
10.6.2. Metodologías para la creación de modelos de negocio
10.6.3. Diseño del modelo de negocio para idea propuesta

10.7. Liderazgo de equipo
10.7.1. Perfiles del equipo según temperamentos y personalidad
10.7.2. Habilidades del líder de equipo
10.7.3. Métodos de trabajo en equipo

10.8. Mercados culturales
10.8.1. Naturaleza de los mercados culturales
10.8.2. Tipos de mercados culturales
10.8.3. Identificación de mercados culturales de proximidad

10.9. Plan de Marketing y *branding* personal
10.9.1. Proyección del proyecto personal y de emprendimiento
10.9.2. Plan estratégico a medio y corto plazo
10.9.3. Variables de medición de éxito

10.10. Pitch de venta
10.10.1. Presentación de proyecto a inversores
10.10.2. Elaboración de presentaciones atractivas
10.10.3. Desarrollo de habilidades de comunicación eficaz

08

Perfil de nuestros alumnos

El programa está dirigido a graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de la administración de empresas, el Marketing, el diseño o la comunicación.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el programa los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo de la gestión de empresas creativas.



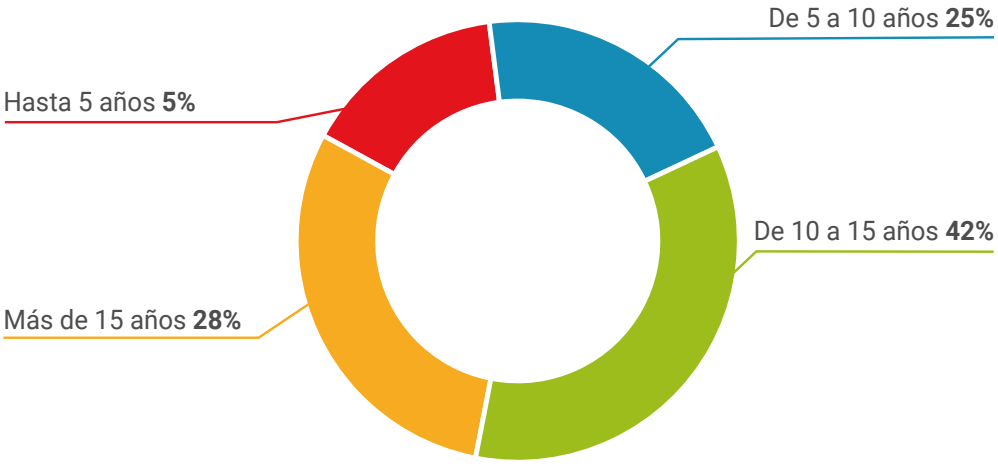


Si quieres ser parte de nuestro selecto grupo de alumnos egresados, y multiplicar tus oportunidades profesionales entonces este programa es para ti”

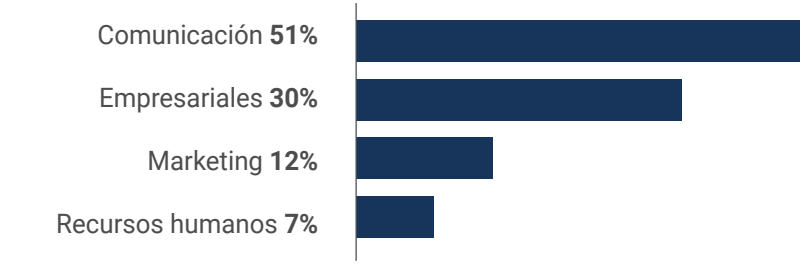
Edad media

Entre **35** y **45** años

Años de experiencia



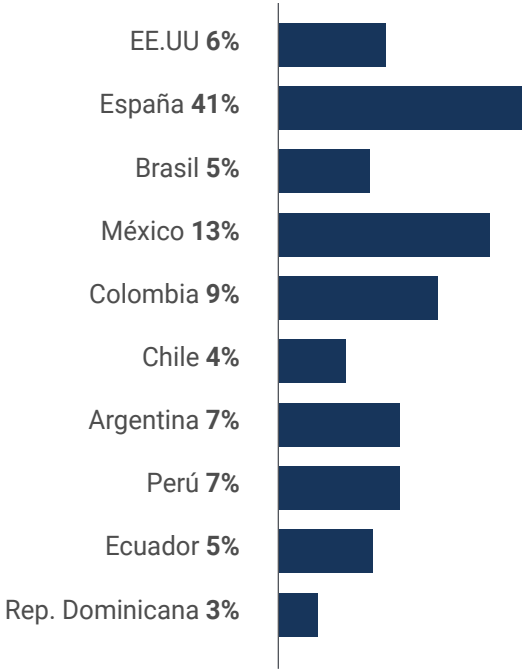
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Ariadna González Suárez

CEO de empresa textil

"Sin duda estudiar en TECH ha sido un gran descubrimiento para mí. Estaba buscando un programa que me ayudara a fomentar la creatividad en mi empresa y con este programa lo conseguí. Además, me llevo conmigo una agenda de excelentes contactos que he adquirido durante el programa"

09

Dirección del curso

En su búsqueda de una educación de calidad que siente las bases del crecimiento profesional del alumno, TECH ha unido para este programa al grupo de profesionales en activo más completo y especializado del panorama internacional. Esto asegurará al estudiante que, actualizando sus conocimientos en esta Universidad, tendrá la certeza de ostentar los conocimientos más completos y efectivos del mercado, pudiendo así ejercer su trabajo dentro de industrias del sector creativo con un mayor índice de acierto.





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

Dirección



Dra. Velar, Marga

- Corporate Marketing Manager en SGN Group (Nueva York)
- Dirección en Forefashion Lab
- Licenciada en Comunicación Audiovisual con diploma en Comunicación y Gestión de Moda por el Centro Universitario Villanueva, Universidad Complutense
- Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- MBA en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School
- Profesora en el Centro Universitario Villanueva, en ISEM Fashion Business School y en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra

Profesores

Dña. Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- Legal Counsel para el Director General de la empresa Eley Hawk
- Profesora en el Colegio de Abogados de Madrid en el Máster en Derecho Digital, Innovación y Tecnologías Emergentes
- Asesoramiento jurídico en el ámbito del Derecho publicitario para Autocontrol (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial)
- Diseñadora en múltiples proyectos de empresas como el Estudio Mariscal, RBA Ediciones (Revistas National Geographic y El Mueble) o los Laboratorios Echevarne
- Licenciada en Derecho y en Diseño por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona
- Especializada en Propiedad Intelectual con un Máster Oficial por la Universidad Pontificia Comillas (ICADE) en Madrid

D. Sanjosé, Carlos

- Jefe de Digital en MURPH
- Creador de contenido durante más de 8 años en Liceo25, matriz madre de medios online como 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine o Libra, entre otros
- Especialista en marketing y estrategia digitales, Social Media & Social Ads, plataformas de ecommerce y Email Marketing
- Licenciado en Publicidad y RRPP

Dra. San Miguel, Patricia

- Directora y creadora del observatorio de análisis del impacto digital de marcas de moda Digital Fashion Brands
- Profesora de marketing digital en ISEM Fashion Business School y la Universidad de Navarra
- Doctora por la Universidad de Navarra
- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- Executive Fashion MBA por ISEM
- Escritora del libro *Influencer Marketing*

Dña. Bravo Durán, Sandra

- Profesora en diferentes uUniversidades y Escuelas de Negocio en torno a la industria de la moda y el lujo
- Experta en Trend Forecasting y *Customer Insights*
- Socióloga y economista por la Universidad de Salamanca
- Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School
- Programa de Innovación Social, Sostenibilidad y Reputación de empresas de moda en ISEM
- PhD Candidate en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra

D. Justo, Rumén

- Asesor de empresas y emprendedores en la Universidad de La Laguna (EmprendeULL)
- Fundador de la productora JR Producciones
- Cofundador de las start-ups E-MOVE, E-CARS y SENDA ECOWAY
- Consejero delegado de SENDA ECOWAY
- Mentor acreditado de la Red de Mentoring de España en la CEOE
- Lean Coach en Olympo Boxes, de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife
- Licenciado en ADE
- Máster en PRL por SGS
- Posgrado en Vigilancia Tecnológica
- Posgrado en Roadmapping por la UPC
- Experto en Gestión de Recursos Humanos por la Universidad de Vigo

Dña. Arroyo Villoria, Cristina

- Socia y directora de proyectos y emprendimiento en factoría de industrias creativa
- Planificación estratégica, desarrollo de negocio y estrategia de comunicación y comercialización
- Licenciatura en Ciencias del Trabajo por la Universidad de Valladolid
- Máster en Dirección y Gestión de RRHH por la Escuela de Negocios de San Pablo CEU
- Máster en Tecnología Educativa por Bureau Veritas Business School





Dra. Paule Vianez, Jessica

- Profesora de Finanzas / Departamento Economía de la Empresa en la Universidad Rey Juan Carlos
- Doctora con Mención Internacional en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad Rey Juan Carlos
- Grado en Finanzas y Contabilidad por la Universidad de Extremadura
- Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Extremadura
- Máster en Tratamiento Estadístico Computacional de la Información por la Universidad Complutense de Madrid

Dña. Gallego Martínez, Ana Belén

- Consultora independiente Belen Galmar Acompañamiento Empresarial
- Licenciatura en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA - Master en Dirección y Administración de Empresas, especialidad en dirección financiera por Universidad Camilo José Cela
- Programa Ejecutivo de Transformación Digital por la Escuela de Organización Industrial

10

Impacto para tu carrera

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

Por ello, el objetivo final del alumno al llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente.





Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional, ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo"

En un mundo laboral competitivo, la especialización es la mejor baza del profesional a la hora de hacer destacar su perfil frente a otros.

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

El MBA en Dirección de Empresas Creativas de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la gestión de ideas, proyectos y trabajos. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional del alumno, desarrollando su creatividad y ayudándolo a que sea capaz de fomentar la de otros. De esta manera, TECH motiva al profesional para que se encamine hacia el éxito.

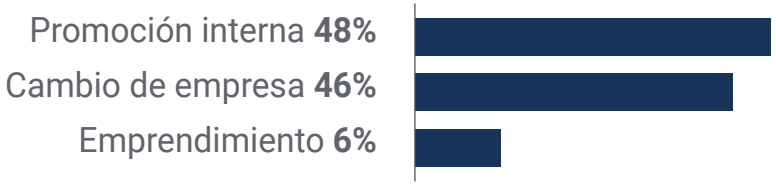
Si quiere superarse a símismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

Consigue las mejoras salariales que tanto mereces cursando este completo programa con TECH.

Momento del cambio

Durante el programa el	Durante el primer año el	Dos años después el
15%	**55%**	**30%**

Tipo de cambio



Mejora salarial

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



11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección de Empresas Creativas contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación 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.





En un momento de continuos cambios sociales y tecnológicos, saber gestionar correctamente la creatividad se convierte en un elemento clave a la hora de hacer despuntar a una organización"

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios creativos 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 profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El profesional 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

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito creativo de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El MBA en Dirección de Empresas Creativas 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 necesidad de realizar complicados trámites”

Este **MBA en Dirección de Empresas Creativas** 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 Dirección de Empresas Creativas**

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 Dirección de Empresas Creativas

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 Dirección de Empresas Creativas

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	Nuevas industrias creativas	150	OB
1º	Protección de productos creativos e intangibles en el mercado actual	150	OB
1º	Gestión económica y financiera de empresas creativas	150	OB
1º	*Futures Thinking*: ¿cómo transformar el hoy desde el mañana?	150	OB
1º	Gestión del consumidor o usuario en empresas creativas	150	OB
1º	*Creative Branding*: comunicación y gestión de marcas creativas	150	OB
1º	Liderazgo e innovación en las industrias creativas	150	OB
1º	Transformación digital en la industria creativa	150	OB
1º	Nuevas estrategias de Marketing Digital	150	OB
1º	El emprendimiento en las industrias creativas	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 Dirección de Empresas Creativas

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas Creativas



tech universidad tecnológica