



PLAN DE ESTUDIOS MÁSTER PROFESIONAL MDB. Máster en Digital Business

ÁREA: BUSINESS ADMINISTRATION
AUTOR: SPAIN BUSINESS SCHOOL

CÓDIGO: 597

DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

- Denominación: MDB.- Máster en Digital Business
- Tipo: Máster Profesional
- Nivel: MESCES 3 (EQF 5)
- Cursos: 1
- Duración: 12 meses
- Periodo de impartición: Febrero y Octubre
- N° de créditos (horas): 72 ECTS (1.800 horas)
- Idioma en que se imparte: Español
- Metodología: Presencial y Online
- Planificación de la enseñanza:
 - Ed. Febrero: De Febrero a Enero
 - Ed. Octubre: De Octubre a Septiembre
- Plazas de nuevo ingreso:
 - Presencial: 30
 - Online: 30
- Distribución de créditos:
 - Obligatorios: 48 ects
 - Prácticas curriculares: 12 ects
 - Trabajo fin de máster: 12 ects
- Centro que imparte la titulación:
 - Spain Business School
 - Campus virtual: <https://campus.spainbs.com>
 - Campus urbano España:
 - C/ Antonio Toledano 7
 - 28028 Madrid
 - info@spainbs.com
 - +34 917191000
 - +34 610 351 371 (whatsapp)

JUSTIFICACIÓN

Objetivos

La formación en negocios digitales resulta más importante que nunca. Nos encontramos en un entorno en el que la competencia está cada vez más deslocalizada, y las posibilidades de diferenciación son cada vez más complejas. Es por este motivo, que las empresas necesitan cada vez más expertos en esta disciplina.

El Máster tiene por objeto permitir al estudiante identificar cuáles son las prioridades estratégicas en la empresa desde el punto de vista de las oportunidades de mercado, de la eficiencia y automatización de procesos, del aumento de la productividad, de la analítica del dato, o de la experiencia de cliente.

Durante el último año, la transformación digital pasó de ser una tendencia, a ser una necesidad para las empresas, aumentando la demanda de profesionales capaces de gestionar estratégicamente este cambio tan acelerado.

La democratización de la tecnología ha propiciado un cambio, sin precedentes, en el comportamiento de los consumidores y, por ende, en el mercado. Tanto es así, que los expertos no dudan en afirmar que nos encontramos en un entorno de continuo cambio caracterizado por una alta Volatilidad, Incertidumbre, Complejidad y Ambigüedad, conocido como VUCA (según sus siglas en inglés: Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity).

Este entorno brinda, sin embargo, una doble oportunidad: Transformar los modelos negocios actuales (Transformación Digital) y Creación/Liderazgo de nuevos modelos de negocio digitales

El Máster está pensado para aquellas personas que quieran revolucionar y lanzar proyectos digitales de éxito. En este sentido puede ser un profesional del ámbito empresarial cuyo objetivo es ampliar sus conocimientos digitales para poder aplicarlos en su empresa o un profesional que desee reorientar su futuro laboral accediendo a puestos relacionados con la estrategia digital.

Si estás decidido a cambiar el futuro de las empresas y te identificas con esta descripción, ¡este es tu máster!

- Graduados en Administración de empresa, investigación de mercado, marketing y negocios internacionales.
- Graduados en Ingeniería Informática o telecomunicaciones.
- Profesionales del ámbito de los negocios con al menos un año de experiencia.
- Graduados en otras áreas con inquietudes profesionales dirigidas hacia el campo de la transformación digital o digitalización de las compañías, o comenzar sus propios proyectos digitales.

Perfil egresado

Como dato a destacar indicamos el perfil del egresado dado que el MDB de la SBS capacita a sus estudiantes para que puedan desempeñarse como:

- Growth Manager
- Responsable de Desarrollo de Negocio Digital
- Fundador de Startup
- Director de Expansión Internacional
- Director y mando intermedio de Marketing.

El perfil del egresado al concluir el Máster será un profesional con visión estratégica y analítica para sacar el máximo provecho a la información de su empresa, preparado para asumir múltiples responsabilidades.

Director de programa

- **M. Angel Blanco Cedrún**
 - macedrun@spainbs.com
 - +34 639162707
 - <https://www.linkedin.com/in/macedrun/>
 - Fundador, CEO y Decano de Spain Business School

Me defino como un emprendedor, profesor y hombre de negocios que quiere dar igualdad de oportunidades a las personas con talento.

Compagino las áreas más estratégicas y de costos con las formación. Ceder el conocimiento a nuevas generaciones de un modo práctico y directo es la gran prioridad de la enseñanza.

Fundé Spain Business School para poder formar en calidad y excelencia académica a los estudiantes que teniendo un alto potencial y talento no disponían de los recursos económicos para los estudios de calidad. Siempre basado en el Espacio Europeo de Estudios Superiores y con la supervisión universitaria se ha conseguido alcanzar la excelencia académica, premiada y reconocida al ser la única escuela de formación con presencialidad que no tuvo que parar por la pandemia.

Formación

- Executive MBA por IE Business School (MBA)
- Máster en Digital Business por Univ. Complutense de Madrid
- Ingeniero Informático en la especialidad de Sistemas (Universidad Politécnica de Madrid) y en la especialidad de Administración de empresas (Universidad Carlos III de Madrid)

Experiencia profesional

- Fundador, CEO y Decano de Spain Business School (2012-actualidad)
- Fundador, CEO de OPEN IT (2000-actualidad)
- Gerente de proyectos IT en Grupo Prisa (2000-2008)
- Gerente de tecnología en NetJuice (1999-2000) Miembro fundador de la primera consultora especializada en Internet en España
- Analista de sistemas en Grupo SIA (Actualmente Indra) (1995-2000)
- Activo emprendedor en proyectos internacionales entre los que destacar:
 - Ciclo. Consultora estratégica y de marketing en Costa Rica
 - Munuslingua. Centro de formación de idiomas y comunidad con una metodología de enseñanza propia, CAT. Actualmente SBS Idiomas. Malta
 - FlyPal. Aplicación móvil para el apoyo al viajero en apuros en tiempo real
 - SBSCS. Consultora estratégica en España. Actualmente integrada en el grupo SBS
 - Presidente de la Obra Social SBS (En tramitación de constitución como Fundación)
 - Co-Fundador del Instituto para la neurociencia y la creatividad (Actualmente en integración dentro del grupo SBS)

Titulación a obtener

Una vez el alumno finaliza con éxito el programa MDB de SBS obtendrá el siguiente título :

- Máster otorgado por Spain Business School y certificado por Cualificam.
 - “Máster Profesional en MDB Máster en Digital Business”
 - Acreditación del máster FMID-CMP22-00033
 - Reconocimientos del máster
 - Puesto N° 1 por ranking de másteres en España 2022, El Mundo
 - Top recomendaciones en el puesto N° 1 por ranking de másteres Especializados en España 2021, Forbes University

- (Opcional) Máster Formación Permanente (universitario) otorgado por universidad Católica San Antonio de Murcia, UCAM “*Máster en Digital Business*” (Para la obtención del título universitario es necesario cumplir los requisitos de la UCAM)

Nota: Tanto el título de Máster Profesional como el Máster de Formación Permanente (universidad) requiere que el alumno sea título universitario y cumpla los requisitos de ingreso y acceso a la titulación.

El presente programa ha sido homologado por:

- Fundación Madri+D (representación de Aneca de Madrid) a través del programa Cualificam. Certificado FMID-CMP22-00033
- Universidad Católica de Murcia en su plan de estudios del convenio suscrito en 2016.

Calidad

Está a disposición de los interesados el sistema y procedimiento de calidad a través de la página web.

Web de programa

Se puede obtener más información de detalle en la página oficina del programa:

- <https://www.spainbs.com/master-presencial-digital-business>
- <https://www.spainbs.com/master-online-digital-business>

Metodología

A continuación, detallamos las principales características de las metodologías de enseñanza.

La metodología SBS define cada ECTS como 25 horas totales de carga de trabajo del estudiante, según definición de RD 1125/2003. Y define los siguientes tipos de actividades:

- Actividades presenciales. Son aquellas en las que el profesor o profesora está presente:
 - Actividades presenciales convencionales. Se refieren a las clases de teoría y/o problemas y a las prácticas de laboratorio o aula de informática. Suelen ser actividades sistemáticas y estar recogidas dentro del horario académico del centro.
 - Actividades presenciales no convencionales. El profesorado está presente, pero no están recogidas dentro del horario del centro: tutorías, pruebas de evaluación, seminarios, visitas, exposición de trabajos, etc.
- Actividades no presenciales. El profesor o profesora no está presente en ningún momento: estudio personal, preparación de trabajos e informes individuales o en grupo, etc.

Presencial.

La metodología presencial se define como aquella que tiene presencia en directo del profesor docente, ya sea en aula o de manera virtual síncrona y siempre que supere un 34% de las horas correspondientes a los ECTS.

En cada guía docente de la asignatura tendrá una definición concreta de las distribución de actividades presenciales y no presenciales, así como las horas de actividad formativa presencial por actividad concreta.

Definición en base a la guía de apoyo Aneca (Memoria de verificación de títulos 2023, Aneca Verifica). “Enseñanza presencial, aquella en la que la mayor parte de las actividades formativas se desarrollan preferentemente de forma presencial, es decir, interactuando el profesorado y el alumnado en el mismo espacio físico, sea éste el aula, laboratorios, espacios académicos especializados, etc. (presencia física y síncrona).” Y lo establecido en el RD 822/2021 en su artículo 14.7

Virtual.

SBS mezcla la metodología virtual con actividades síncronas y asíncronas. Las actividades síncronas obligatorias para el alumno son las pertenecientes al evaluación de cada asignatura.

Definición en base a la guía de apoyo Aneca (Memoria de verificación de títulos 2023, Aneca Verifica). “Enseñanza virtual, aquella en que la gran mayoría de las actividades formativas previstas en el plan de estudios no requieren la presencia física del estudiantado y profesorado en el centro de impartición del título. Tal y como especifica el RD 822/2021 un título podrá definirse como virtual si al menos el 80% de los créditos que lo configuran se imparten en dicha modalidad.”

COMPETENCIAS

BÁSICAS

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

GENERALES

- Conocer y utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas al [campo de estudio del título].
- Conocer y aplicar la normativa y regulación local, autonómica, nacional e internacional en el ámbito [campo de estudio del título].
- Comprender y ser capaz de aplicar las herramientas básicas de investigación en el ámbito de [campo de estudio del título].

- Comprender, analizar y evaluar teorías, resultados y desarrollos en el idioma de referencia, además de en la lengua materna, en el ámbito de [campo de estudio del título].
- Poseer conocimientos racionales y críticos en el estudio de [campo de estudio del título].
- Conocer los métodos, técnicas e instrumentos de análisis para el estudio de [campo de estudio del título].
- Capacidad para encontrar soluciones alternativas en el planteamiento de un problema o en la utilización de [campo de estudio del título].
- Conocer los fundamentos y las implicaciones económicas de los procesos de producción y aplicación de [campo de estudio del título].
- Resolver casos prácticos conforme al [campo de estudio del título], lo que implica la elaboración previa de material, la identificación de cuestiones problemáticas, la selección, interpretación y la exposición argumentada del [campo de estudio del título].
- Desarrollar el pensamiento estratégico y pensamiento sistémico: ser capaz de analizar escenarios o contextos, de identificar y comprender la red de interrelaciones que se establecen entre los acontecimientos, y de identificar las oportunidades y/o amenazas potenciales en su campo de acción (management).
- Comprender el contexto relacional de las organizaciones: ser capaz de identificar las relaciones y las redes de relaciones organizativas, y lo que implican para el funcionamiento de una organización, cualquiera que sea su ámbito de actividad.
- Mostrar autonomía, independencia, iniciativa y proactividad: ser capaz de emprender y sugerir acciones concretas para la consecución de objetivos, reconocer las implicaciones y necesidades de anticiparse a la necesidad u obligación a actuar, y las maneras y alternativas disponibles para actuar autónomamente. Identificar las situaciones en donde la anticipación y acción independiente son favorables para la empresa y su contexto.
- Promover la ciudadanía corporativa: ser capaz de aportar ideas concretas y específicas que busquen contribuir a que las organizaciones en que se trabaje se comprometan a asumir su peculiar ciudadanía como corporaciones y, por tanto, su responsabilidad hacia la sociedad en todos sus niveles: económico, socio-político, cultural y medioambiental.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- Conocer y desarrollar el respeto y la promoción de los Derechos Humanos, de los Derechos Fundamentales, de la cultura de paz y la conciencia democrática, de los mecanismos básicos para la participación ciudadana y de una actitud para la sostenibilidad ambiental y el consumo responsable.
- Conocer y aplicar las políticas y prácticas de atención a colectivos sociales especialmente desfavorecidos e incorporar los principios de igualdad entre hombres y mujeres y de accesibilidad universal y diseño adaptado para todos a su ámbito de estudio.
- Conocer y aplicar las herramientas para la búsqueda activa de empleo y el desarrollo de proyectos de emprendimiento, aplicando sus conocimientos al ejercicio profesional.
- Desarrollar las aptitudes para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, las habilidades de negociación e incorporar los valores de cooperación, esfuerzo, respeto y compromiso con la búsqueda de la calidad como signo de identidad.
- Utilizar un lenguaje inclusivo que respete las diversidades propias y características de las personas, y adquirir estrategias comunicativas orales y/o escritas eficaces para favorecer la transmisión del conocimiento.
- Analizar, razonar críticamente, pensar con creatividad y evaluar el propio proceso de aprendizaje discutiendo asertiva y estructuradamente las ideas propias y ajenas, ejerciendo auténtico espíritu de liderazgo.
- Mostrar adaptabilidad y flexibilidad: ser capaz de identificar las evidencias, los factores, los datos y las tendencias de cambio, entender las posiciones alternativas y divergentes que pueden tener los demás componentes de la organización, y ser capaz de plantear alternativas para la propia en un contexto organizacional.

- Trabajar en equipo y colaborar: reconocer las conductas y las actividades necesarias para conseguir que se conforme una organización eficiente, que trabaje activa y solidariamente para alcanzar los objetivos del equipo.
- Mostrar capacidad de liderazgo: reconocer los estilos de liderazgo más adecuados, y las acciones concretas que requiere, para cada situación, identificando aquellos que son más capaces de inspirar y motivar al resto de la organización a seguir el camino que uno propone, transmitiendo una visión convincente y compartida del estado futuro de la empresa.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Conocer los conceptos fundamentales de microeconomía y economía de la empresa, así como la aplicación de estos instrumentos para comprender el entorno en el que opera una organización económico-empresarial
- Conocer los principios básicos que guían el comportamiento del consumidor, y su relación con la psicología, la sociología y la economía
- Conocer y aplicar las teorías fundamentales de marketing estratégico y operativo, y su aplicación a la dirección comercial bajo diversos enfoques filosóficos enfatizando la orientación al mercado
- Conocer las herramientas cualitativas y cuantitativas utilizadas para la investigación de mercados, y saber elegir y aplicar la técnica más adecuada a cada problema, y comprender las posibilidades de las TIC en este ámbito
- Conocer y utilizar las herramientas estadísticas y econométricas para analizar datos y problemas de marketing por medio de modelos científicos, usando programas informáticos adecuados
- Conocer los principios básicos de la aplicación de estrategias de marketing en contexto digital. Saber elegir y aplicar las herramientas del marketing digital más utilizadas.
- Saber emplear las competencias adquiridas mediante la simulación de situaciones reales y a través del contacto con la realidad empresarial
- Análisis, valoración y toma de decisiones sobre producto y marca (estrategias de desarrollo, lanzamiento y posicionamiento, gestionar el ciclo de vida del producto, conocer el valor de marca, y conocer el marco jurídico que regula la gestión de productos y marcas)
- Análisis, valoración y toma de decisiones respecto a los canales de distribución y la fuerza de ventas. Gestión integrada de canales de distribución y aprovisionamiento, gestión de conflictos eficiencia y actividades de distribución física y logística, técnicas de venta, negociación comercial, dirección, gestión de cuentas, gestión del cliente y CRM, así como nuevas tecnologías para gestión de datos de clientes)
- Análisis, valoración y toma de decisiones respecto al precio (métodos tradicionales, y técnicas más científicas)
- Análisis, valoración y toma de decisiones sobre comunicación (conocer las herramientas de publicidad y su marco jurídico, organizar la gestión de campañas, comunicación online, dirección de las relaciones públicas y comunicación corporativa, gestión de promociones de venta, control y medición de la respuesta del mercado y elección del presupuesto de comunicación)
- Análisis, valoración y toma de decisiones de marketing en sectores de actividad con características específicas (marketing de los servicios y la gestión de la calidad, marketing turístico y financiero, marketing de las organizaciones públicas no lucrativas y marketing internacional)

ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

Puede obtener información de detalle de este apartado en la página web del programa.

Queda recogido en los procesos de calidad de admisión, PO-01, y perfil de ingreso

SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA

Información en página web

Cada máster dispone de un espacio web con información específica sobre el programa: el perfil de ingreso, los requisitos de admisión, el plan de estudios, los objetivos, y otras informaciones especialmente orientadas a las necesidades de los futuros estudiantes, incluidos los procesos de admisión y matriculación. En procesos de especial relevancia para el futuro estudiante como son la admisión y la matrícula, se dispone de una web específica para cada una de ellas donde puede obtenerse toda la información necesaria para completar los procesos en tiempo y forma. Para ello, se han elaborado calendarios específicos con los periodos clave para el estudiante, guías en pdf y tutoriales en video donde se muestra paso a paso el proceso que debe realizar en cada momento, y los enlaces a las aplicaciones que permitirán a los futuros estudiantes completar el proceso de manera totalmente on line. Todo ello se encuentra publicado en el site del Centro de Postgrado y con una actualización permanente por parte de los servicios administrativos gestores de la información. Como acciones puntuales la Universidad realiza campañas de información en su home durante el periodo de admisión y de matrícula, muy visibles para todo usuario que visite la web y que mejoran la accesibilidad a esta información.

La página web del programa es

- <https://www.spainbs.com/master-presencial-digital-business>
- <https://www.spainbs.com/master-online-digital-business>

Sistemas de Atención presencial y no presencial

En determinadas ocasiones, existe una necesidad de información más detallada o una incidencia en la gestión del proceso que no puede ser resuelta mediante la propia información pública de nuestra web. Para estas situaciones el futuro estudiante puede hacer uso de los servicios de información presencial y no presencial de los que dispone la Universidad. Todos estos servicios facilitan en primera instancia una información de primer nivel, y canalizan las demandas de información especializada, orientación y asesoramiento a la unidad correspondiente: dirección del programa o unidades administrativas de apoyo.

En este sentido, un servicio no presencial de primer nivel de información específica sobre másteres y los procesos asociados a estos estudios, lo suministra el servicio de orientación académica a través de los asesores académicos, llamando al +34 917191000, mediante correo electrónico o la página web con la facilidad del link “más información”.

Este primer nivel de información suministra información básica sobre los procesos de admisión, reserva de plaza, matrícula, así como información general sobre los estudios de másteres. En caso de que este servicio no pueda resolver la consulta formulada por el estudiante, ésta es derivada al gestor administrativo responsable del máster concreto en el que está interesado el alumno, mediante la herramienta informática de la que dispone la universidad para el registro, y seguimiento de las consultas, de manera que la misma quedará asignada a la persona correspondiente para su resolución. Este sistema permite en primer lugar centralizar las demandas de información de los futuros estudiantes, dando una respuesta rápida a las mismas además de canalizar, cuando es necesario, la consulta que no puede ser resuelta por el primer nivel al gestor adecuado.

Por otro lado, los estudiantes pueden dirigirse a las oficinas de información y atención a estudiantes de postgrado en todos los campus con horario continuado de 9:00 a 18:00 horas, donde recibirán una atención presencial y personalizada de por parte de las oficinas de información de postgrado. Si fuera necesario, desde aquí se canalizaría la consulta o incidencia del estudiante al nivel específico que se requiera en cada caso, pudiendo ser el gestor administrativo del máster, las unidades de apoyo de postgrado o la dirección académica del máster si el trasfondo de la consulta fuera de tipo académico.

Como complemento, existen algunas cuentas de correo electrónico genéricas gestionadas por las unidades de apoyo de postgrado, donde también se atienden y contestan las dudas o incidencias que los estudiantes puedan plantear.

Campanñas de difusión en ferias y redes sociales

La Escuela/Universidad participa en diversas ferias educativas dentro y fuera de España, de acuerdo con las directrices del Vicerrectorado de Estudiantes y Vida Universitaria y del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y realiza diferentes campañas de difusión de sus estudios en los medios de comunicación y redes sociales. En estas acciones colaboran los servicios universitarios Espacio Estudiantes, Relaciones Internacionales, Servicio de Comunicación y del Servicio de Postgrado. También cuenta con colaboración de portales especializados de formación.

Sistemas de información específicos para los estudiantes con discapacidad que acceden

Los estudiantes con discapacidad reciben atención específica a sus necesidades especiales a través del Programa de Integración de Estudiantes con Discapacidad (PIED) que gestiona el Espacio Estudiantes bajo el impulso del Vicerrectorado de Estudiantes y Vida Universitaria.

Asimismo, estos pueden recibir la atención personal bien de manera presencial, bien por teléfono o correo electrónico. La dirección de este último es: integracion@sbs.edu.es

Perfil de Ingreso

El requisito básico para la admisión en el máster es haber obtenido, o bien estar en la condición de obtener antes del comienzo de los cursos del máster, de un título universitario equivalente a una licenciado o grado oficial. En caso de títulos extranjeros emitidos en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), el requisito básico es haber obtenido un título equivalente en el sistema europeo. Aquellos estudiantes con título extranjero ajeno al EEES, deberán cumplir condiciones equiparables que serán estudiadas discrecionalmente por el Comité. Los estudiantes de último año de la carrera también podrán iniciar los trámites de admisión, aunque condicionada a la finalización de la misma.

Queda recogido en los procesos de calidad de admisión, PO-01, y perfil de ingreso

PROGRAMA / PLAN DE ESTUDIOS

MÁSTER EN DIGITAL BUSINESS				
Plan docente: v4.0p (676-597)			72	48
			ECTS	Código
	1	Fundamentos del entorno digital	4	568
	2	El ecosistema del dato (Dirección de mkt)	2	532
	3	Marketing de awareness	5	569
	4	Estructuras de información y explotación de datos	8	600
	5	Marketing pay per click	3	570
	6	Publicidad, ATL y campañas	3	571
	7	Inbound y marketing automation	3	467
	8	Plan de marketing	3	675
	9	Comunicación, PR y Social	3	673
	10	Dirección estratégica y de marketing	4	537
	11	Analítica y medición de campañas	4	573
	12	Habilidades de desarrollo profesional y directivo	4	670
	13	Emprendimiento y startups	2	566
	14	PRÁCTICAS CURRICULARES	12	596
	15	TRABAJO FINAL	12	362

Ver guías docentes completas para mayor detalle de cada módulo/asignatura.

CALENDARIO EJECUCIÓN

El plan de ejecución general Europeo se basa en tres periodos según se contempla en la primera columna del pensum anterior:

- Periodo 1: Primer cuatrimestre
- Periodo 2: Segundo cuatrimestre
- Periodo 3: Tercer cuatrimestre

Dependiendo de la metodología variará la carga presencial en aula pero todas las metodologías tendrán una carga mixta, blended, en campus virtual para maximizar el aprendizaje y complementar la propia preparación del presente programa con competencias, negocios digitales y emprendimiento.

PERSONAL ACADÉMICO

Los profesores docentes del programa son:

- 100% Perfil Senior
- 20% Perfil Doctor

Cada uno de ellos en el área de conocimiento a impartir.

Listado de principales docentes y conferencistas:

- Marita Abraham [Argentina]
- Miguel Mangas [España]
- M. Ángel Blanco Cedrún [España]
- José Manuel Muñoz PuigCerver [España]
- Natalia Sánchez Mira [España]
- Pablo Matías Blanco [Argentina]
- Nuria Oriol [España]
- Concha Blazquez [España]
- Aitor Lizarralde [España]
- Heraldo [Argentina]
- Vicente Rodríguez [España]
- Gabriel Rodríguez [El Salvador]
- Claudia Carina Sosa [Argentina]
- José Luis Blanco [España]
- Sebastián de Miguel [Argentina]
- Michelle Ortiz [República Dominicana]
- Diego Sanabria [España]
- Carlos Herreros de las Cuevas [España]