

# Máster Profesional

## MBA en Dirección de Empresas Creativas



## Máster Profesional MBA en Dirección de Empresas Creativas

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: [www.tech-fp.com/administracion-gestion/master-profesional/master-profesional-mba-direccion-empresas-creativas](http://www.tech-fp.com/administracion-gestion/master-profesional/master-profesional-mba-direccion-empresas-creativas)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Requisitos de acceso

---

*pág. 6*

03

Salidas profesionales

---

*pág. 8*

04

¿Qué seré capaz de hacer  
al finalizar el Máster  
Profesional?

---

*pág. 10*

05

Dirección del curso

---

*pág. 14*

06

Plan de formación

---

*pág. 18*

07

Metodología

---

*pág. 26*

08

Titulación

---

*pág. 30*

# 01

## Presentación

Las empresas creativas precisan una serie de estrategias particulares para optimizar el desarrollo de su actividad. En términos general requieren de los mecanismos más eficientes de financiación, con capacidad para adaptarse a su tamaño y desempeño. Igualmente, necesitan de los métodos más avanzados para llevar a cabo sus servicios con un reducido coste. Los profesionales capaces de asistir a estos procesos de gestión y administración en las Industrias Creativas cobran suma importancia en la actualidad porque ellos se encargan de diferentes labores organizativas que son claves. Por esa coyuntura, TECH ha creado esta titulación donde desarrollarás competencias para esta esfera desde una modalidad académica 100% online, a través de la cual dominarás las fórmulas de financiación disponibles en el mercado creativo o manejarás las técnicas para potenciar el prestigio corporativo.

“

*A través de esta titulación, ahondarás en cuáles son las mejores estrategias de financiación para las empresas creativas, con el fin de maximizar sus beneficios productivos”*





La industria creativa se ha posicionado como una de las más relevantes en la sociedad actual. Esto debido a que sus empresas son las responsables de crear estrategias publicitarias y comunicativas online para otras organizaciones. De este modo, su gestión corporativa se vuelve crucial para implementar innovadoras técnicas que incrementen la calidad de los servicios ofrecidos y, así, se alcance la mayor satisfacción del cliente. Para ello, solicitan directivos con elevadas destrezas y habilidades de liderazgo en Dirección de Empresas Creativas.

Ante esta circunstancia y para otorgarte las aptitudes que favorecerán tu crecimiento en este sector, TECH ha diseñado este Máster Profesional. Durante 10 módulos de intensiva enseñanza, aprenderás a implementar la metodología *Futures Thinking* en el seno de una compañía creativa o identificarás los beneficios ofrecidos por el Big Data para incrementar la productividad. Asimismo, determinarás cuáles son las mejores herramientas para perfeccionar la generación de ideas.

Gracias a su metodología 100% online, podrás alcanzar un aprendizaje eficaz a través de la elaboración de tus propios horarios de estudio. Además, gozarás de recursos didácticos realizados por los mejores expertos en Dirección de Empresas Creativas, por lo que los contenidos que recibirás gozarán de una completísima aplicabilidad laboral.



*Mediante este completo itinerario académico, lograrás dominar los múltiples aspectos fundamentales que harán de ti un auténtico líder dentro de la empresa creativa”*

# 02

## Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

*TECH te permite el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”*





Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

**01**

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

**02**

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

**03**

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

**04**

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

**05**

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

**06**

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

# 03

## Salidas profesionales

Los servicios de las empresas de marketing son cada vez más demandados por numerosas compañías de diversos sectores para darse a conocer en la red y captar potenciales clientes. Por tanto, estas organizaciones creativas requieren de profesionales capaces de precisar estrategias sofisticadas para optimizar su productividad y maximizar sus beneficios económicos. Poniendo en manifiesto la figura del director y de los altos cargos corporativos. Fruto de ello, TECH ha diseñado este Máster Profesional, que te ofrecerá las mejores habilidades para favorecer tu incursión en estos puestos de trabajo.



*Goza de una gran cantidad de posibilidades profesionales mediante este Máster Profesional relacionadas con el mundo de la creatividad, la comunicación o el marketing”*





Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ♦ Asistente de dirección en empresas del sector creativo y comunicativo
- ♦ Técnico de marketing y marketing digital
- ♦ Auxiliar administrativo para el desarrollo de productos
- ♦ Técnico de atención al cliente
- ♦ Auxiliar analista de mercado con proyecciones en las industrias creativas
- ♦ Administrativo financiero
- ♦ Administrativo de logística
- ♦ Auxiliar de servicios generales en oficina
- ♦ Operador documental



# 04

## ¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Mediante este Máster Profesional, adquirirás las destrezas más punteras para dirigir de forma solvente una empresa relacionada con el mundo de la creatividad. De esta manera, manejarás innovadoras metodologías que optimizan la capacidad productiva de los empleados o asimilarás las estrategias económicas que permiten minimizar los costes de trabajo.

01

Aplicar las últimas estrategias de protección a productos, desde la protección intelectual, hasta el derecho publicitario

02

Manejar la estructura financiera de una empresa creativa

03

Fijar los precios de los productos en la industria creativa

04

Calcular el beneficio, la rentabilidad y los costes dentro de proyectos para la industria creativa



05

Dominar la metodología *Futures Thinking*

06

Implementar técnicas y herramientas de *design thinking*

07

Realizar el *briefing* de la compañía

08

Gestionar herramientas de *Inbound marketing*

09

Desarrollar una correcta gestión de cambios y predicción del futuro de empresas de la industria creativa

10

Intervenir de manera activa y correlativa en el proceso de *branding* de la empresa creativa

11

Aplicar los conceptos y estrategias del *Big Data* a la empresa creativa

12

Manejar las ventajas e inconveniente de la digitalización en los procesos de trabajo de las industrias creativas

13

Utilizar las redes sociales como herramientas de marketing y publicidad





14

Implementar recursos creativos en el desarrollo de la empresa

15

Liderar una estrategia de innovación en la empresa

16

Llevar a cabo proyectos emprendedores en industrias creativas

17

Desarrollar las habilidades de liderazgo adecuadas

18

Identificar las oportunidades en el mercado

# 05

## Dirección del curso

En su compromiso por acercar al alumno los conocimientos más útiles sobre Dirección de Empresas Creativas, TECH ha seleccionado cuidadosamente al cuadro docente de este programa. Estos profesionales, que han destinado gran parte de su trayectoria a este campo de trabajo, te ofrecerán los mejores contenidos con aplicación práctica, avalados por su excelsa experiencia en este sector. Por esta razón, las destrezas que asimilarás enriquecerán por completo tu desempeño laboral.

“

*El profesorado de esta titulación te guiará a través de este Máster Profesional y conseguirán transmitirti unos conocimientos útiles en tu día a día laboral”*





## Dirección del curso

### Dra. Velar, Marga

- ♦ CEO de *Forefashion Lab*
- ♦ Directora de Marketing Corporativo en *SGN Group*
- ♦ Consultora de Comunicación Corporativa en *LLYC*
- ♦ Consultor de comunicación y marca *freelance*
- ♦ Responsable de comunicación en Universidad Villanueva
- ♦ Docente en estudios universitarios vinculados al Marketing
- ♦ Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- ♦ Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA Gestión de Empresas de Moda por *ISEM Fashion Business School*

## Cuadro docente

### Dña. Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ♦ Asesora jurídica en la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial
- ♦ Asesora legal para la Gerencia de la empresa *Eley Hawk*
- ♦ Diseñadora de *National Geographic* y *El Mueble*
- ♦ Docente en estudios de posgrado universitario
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona
- ♦ Licenciada en Diseño por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona
- ♦ Máster Oficial en Propiedad Intelectual por la Universidad Pontificia Comillas
- ♦ Curso de Derecho a la Publicidad por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

### Dña. Arroyo Villoria, Cristina

- ♦ Socia y directora de proyectos y emprendimiento en factoría de industrias creativa
- ♦ Coordinadora. Acerca Cultura Madrid
- ♦ Editora de contenidos e-learning freelance para Lid Learning. LID Editorial
- ♦ Coordinadora de formación. Factoria Cultural Madrid
- ♦ 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
- ♦ Master en e-Learning y Tecnología Educativa, Formación e-Learning
- ♦ Técnico Superior de Prevención de Riegos, Especialidad de Higiene del Trabajo. Instituto de Formación Integral, IFI
- ♦ Técnico Superior de Prevención de Riesgos Laborales, Especialidad Ergonomía y Psicosociología del Trabajo. Instituto de Formación Integral, IFI

### Dra. Bravo Durán, Sandra

- ♦ CEO y fundadora de Ch2 Abroad & Events
- ♦ Socióloga del Observatorio Turístico de Salamanca
- ♦ Consultora digital en Everis
- ♦ Investigadora en Runroom
- ♦ Profesora del Máster en Dirección de Marketing de Moda y Lujo y del Máster Luxury Business Brand Management en MSMK – Madrid School of Marketing
- ♦ Doctorado en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra
- ♦ Grado en Sociología por la Universidad de Salamanca
- ♦ Licenciatura en Economía por la Universidad de Salamanca
- ♦ Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda por la Universidad de Navarra

### Dra. Paule Vianez, Jessica

- ♦ Especialista en el Grupo de Investigación en Dirección y Economía de Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Asesor comercial en DKV Seguros y Reaseguros
- ♦ Asistente Administrativa para Fundación para el Desarrollo Directivo de Cáceres
- ♦ Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Máster en Tratamiento Estadístico Computacional de la Información por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Grado en Finanzas y Contabilidad por la Universidad de Extremadura
- ♦ Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Extremadura
- ♦ Miembro de la Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa

**D. Sanjosé, Carlos**

- ♦ Gerente de Marketing Digital en *Designable*
- ♦ Jefe de Marketing Digital en MURPH
- ♦ Gerente de Marketing Digital en 25 Gramos
- ♦ Jefe de contenido en Unánime Creativos
- ♦ Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad CEU Cardenal Herrera

**D. Justo Reyes, Rumén**

- ♦ Productor de documentales y películas
- ♦ Asesor financiero y legal en películas
- ♦ Inversor en *startups* creativas
- ♦ Fundador y Director del Festival Internacional de Cine Independiente y de Autor de Canarias
- ♦ Asesor de Emprendimiento en CEOE Tenerife
- ♦ *Startup Mentor* en Asociación Afedes
- ♦ *Startup Mentor* en *Bridge for Billions*
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de La Laguna
- ♦ Máster en PRL por SGS
- ♦ Posgrado en Vigilancia Tecnológica
- ♦ Experto en Gestión de Recursos Humanos por la Universidad de Vigo

**Dra. San Miguel Arregui, Patricia**

- ♦ Fundadora y directora de *Digital Fashion Brands*
- ♦ Investigadora y colaboradora en estudios de Marketing
- ♦ Autora del libro *Influencer Marketing*
- ♦ Autora de publicaciones académicas en revistas de prestigio
- ♦ Ponente habitual en Congresos y Jornadas nacionales e internacionales de Comunicación y Marketing
- ♦ Docente en estudios de grado y postgrado universitario
- ♦ Doctora en Marketing Digital para empresa de Moda por la Universidad de Navarra
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA por ISEM

**Dña. Gallego Martínez, Ana Belén**

- ♦ Consultora independiente en Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA - Máster en Dirección y Administración de Empresas, especialidad en Dirección Financiera por la Universidad Camilo José Cela
- ♦ Programa Ejecutivo de Transformación Digital por la Escuela de Organización Industrial

# 06

## Plan de formación

El plan de estudios de este Máster Profesional MBA en Dirección de Empresas Creativas ha sido desarrollado por auténticos expertos en este ámbito. En él, han volcado las recientes líneas de investigación en materia directiva, para que puedas gozar de un actualizado contenido a la orden del día y de las necesidades reales de este sector. Además, su metodología 100% online te permitirá aprender sin tener que ceñirte a estrictos horarios herméticos, optimizando por completo tu proceso de enseñanza.



*La metodología 100% online en la que se desarrolla esta titulación te avalará para aprender en el momento que desees y desde cualquier lugar, adaptando la enseñanza a tus necesidades personales”*



## 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. 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 – 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

- 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 360° 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. *Icosistemas*

## 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 Customer 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



¿Ya te has decidido? Matricúlate ahora en este Máster Profesional MBA en Dirección de Empresas Creativas y completa su estudio a por medio de materiales multimedia de excelencia, como vídeos y resúmenes interactivos”

# 07

## Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

*TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.*

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los profesionales del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina *Relearning*.

Nuestra institución es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



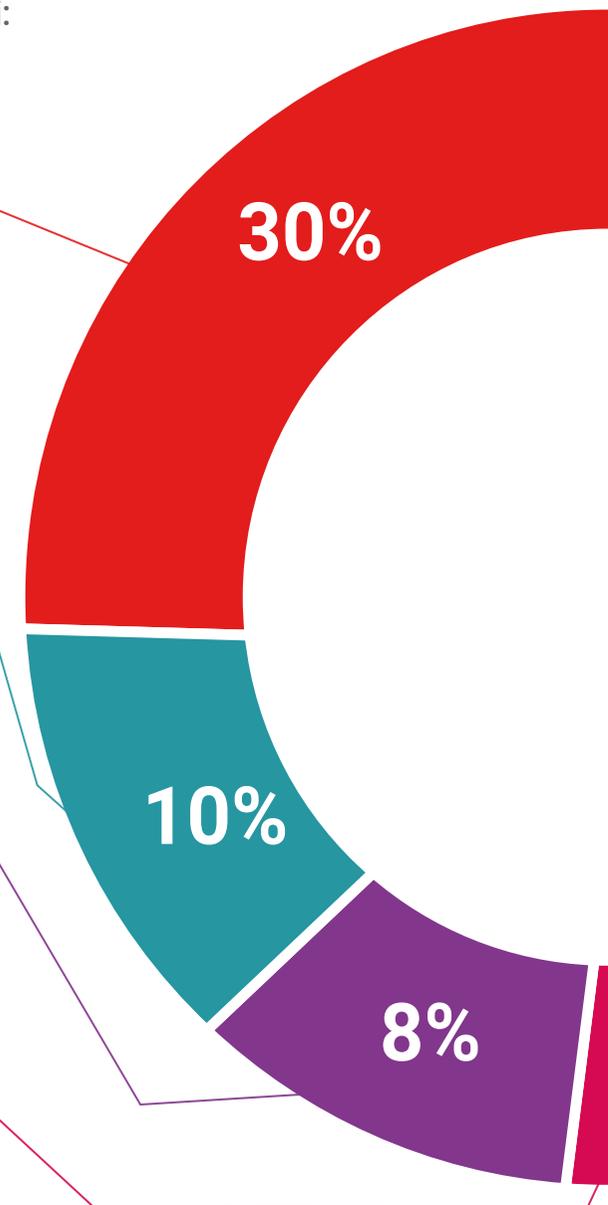
#### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





#### **Case Studies**

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### **Resúmenes interactivos**

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### **Testing & Retesting**

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



# 08

## Titulación

El Máster Profesional MBA en Dirección de Empresas Creativas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

El título expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Profesional, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Máster Profesional MBA en Dirección de Empresas Creativas**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**



salud futuro  
confianza personas  
educación información tutores  
garantía acreditación enseñanza  
instituciones tecnología aprendizaje  
comunidad compromiso  
atención personalizada innovación  
conocimiento presente calidad  
desarrollo web formación  
aula virtual idiomas

**tech** formación profesional

## Máster Profesional MBA en Dirección de Empresas Creativas

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

# Máster Profesional

## MBA en Dirección de Empresas Creativas

