



ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

BROCHURE
DIPLOMADO DE
ADMINISTRACIÓN



 www.iseie.com

03

DIPLOMADO DE ADMINISTRACIÓN

04

POR QUÉ REALIZAR EL DIPLOMADO

05

OBJETIVOS

06

**PARA QUÉ TE PREPARA EL
DIPLOMADO**

07

DISEÑO Y CONTENIDO

08

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

09

TITULACIÓN PROPIA

10

TRABAJO DE FIN DEL DIPLOMADO

11

CONTENIDO DEL DIPLOMADO

15

UBICACIÓN Y CONTACTO



DIPLOMADO DE ADMINISTRACIÓN

El diplomado de administración es un programa académico diseñado para brindar a los participantes los conocimientos y herramientas necesarias para comprender y gestionar eficazmente diferentes áreas de una organización. Este tipo de formación se enfoca en desarrollar habilidades gerenciales, estratégicas y operativas que permitan a los profesionales enfrentar los desafíos del mundo empresarial. Es un lenguaje sencillo de leer y escribir debido a su alta similitud con el lenguaje humano. Además, se trata de un lenguaje multiplataforma de código abierto y, por lo tanto, gratuito, lo que permite desarrollar software sin límites. Con el paso del tiempo, Python ha ido ganando adeptos gracias a su sencillez y a sus amplias posibilidades, sobre todo en los últimos años, ya que facilita trabajar con inteligencia artificial, big data, machine learning y data science, entre muchos otros campos en auge.



POR QUÉ REALIZAR EL DIPLOMADO



Un diplomado supone una especialización en un rubro específico, se eleva el conocimiento y nivel académico de la persona, convirtiéndola en un elemento fundamental dentro de un esquema de trabajo; su trascendencia radica en el desarrollo de competencias adicionales que adquiere, su proceso formativo se vuelve más sólido y por ende se convierte en un candidato más atractivo para cubrir un puesto preponderante.



Te brinda la oportunidad de adquirir conocimientos actualizados y estar al tanto de las últimas tendencias y avances en tu área de interés. Realizar un máster en un área que te apasiona puede brindarte una gran satisfacción personal. Te permite profundizar en un tema que te interesa y te da la oportunidad de contribuir de manera significativa en ese campo.



OBJETIVOS



Los estudios de postgrado consisten no solo en adquirir conocimientos por parte del participante.



Sino que estos queden supeditados al desarrollo de una serie de competencias en función de los perfiles académicos y los correspondientes perfiles profesionales.



Nuestra función es centrar los objetivos de este programa y los diferentes módulos que lo conforman no solamente en la simple acumulación de conocimientos.



Conocimientos sino también en las hard skills y soft skills que permitan a los profesionales desempeñar su labor de forma exitosa en este mundo laboral en constante evolución.

PARA QUÉ TE PREPARA EL DIPLOMADO

A

Nuestro diplomado de administración te prepara para una amplia gama de desafíos y oportunidades en el mundo empresarial, proporcionándote una base sólida de conocimientos y habilidades que te permitirán destacarte en roles directivos y de liderazgo.

B

Te prepara para comprender las diferentes áreas funcionales de una organización y cómo interactúan entre sí para lograr los objetivos empresariales aprendes a liderar equipos, tomar decisiones estratégicas, resolver problemas complejos y comunicarte eficazmente en entornos empresariales. Te prepara para enfrentar los desafíos de un entorno empresarial dinámico y en constante evolución.

C

En resumen, te prepara para asumir roles de liderazgo y gestión en organizaciones de diversos sectores, dotándote de las competencias necesarias para enfrentar los retos del mundo empresarial actual y contribuir al éxito y crecimiento de las empresas en las que te desempeñes.



DISEÑO Y CONTENIDO

01

Para el diseño del Plan de estudios de este curso, ISEIE Innovation School ha seguido las directrices del equipo docente, el cual ha sido el encargado de seleccionar la información con la que posteriormente se ha constituido el plan de estudio



02

De esta forma, el profesional que acceda al programa encontrará el contenido más vanguardista y exhaustivo relacionado con el uso de procesos innovadores y altamente eficaces, conforme a las necesidades y problemáticas actuales,



Buscando la integración de conocimientos académicos y de formación profesional, en un ambiente competitivo y globalizado. Todo ello a través de cada uno de sus módulos de estudio presentado en un cómodo y accesible formato 100% online.



03

El empleo de la metodología Relearning en el desarrollo de este programa te permitirá fortalecer y enriquecer tus conocimientos y hacer que perduren en el tiempo a base de una reiteración de contenidos.



04

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Para postular a nuestro diplomado debes cumplir con los siguientes requisitos:



Título Profesional Universitario



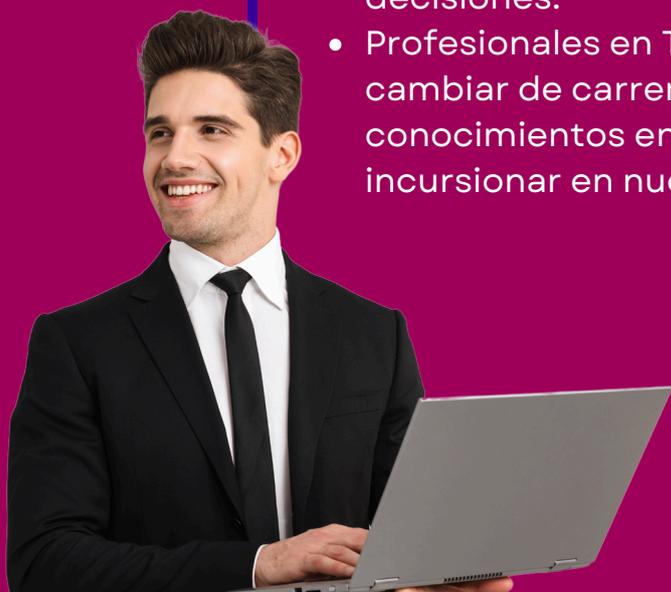
Pasaporte o Documento de identidad



Curriculum Vitae

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

- **Profesionales en Activo:** Personas que ya se encuentran trabajando en el mundo empresarial y desean fortalecer sus habilidades gerenciales y de liderazgo para avanzar en sus carreras.
- **Recién Graduados:** Graduados universitarios que buscan complementar su formación académica con conocimientos prácticos y especializados en gestión empresarial.
- **Emprendedores:** Personas que están interesadas en emprender su propio negocio y desean adquirir las herramientas necesarias para gestionar de manera efectiva su empresa.
- **Supervisores y Jefes de Equipo:** Profesionales que ocupan cargos de supervisión o liderazgo en sus organizaciones y buscan mejorar sus habilidades de gestión y toma de decisiones.
- **Profesionales en Transición:** Personas que desean cambiar de carrera o sector y buscan adquirir conocimientos en gestión empresarial para poder incursionar en nuevos ámbitos laborales.



TITULACIÓN PROPIA



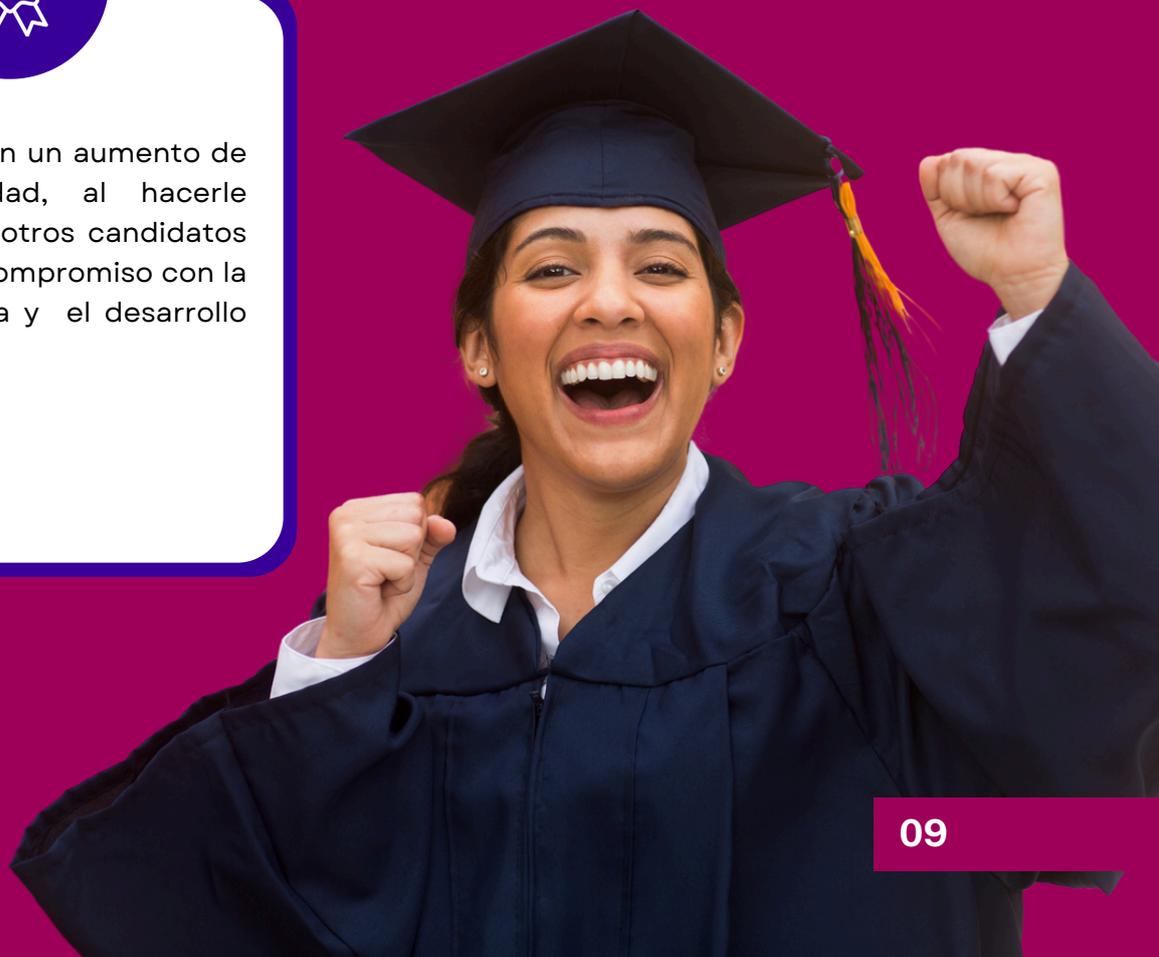
Al concluir el curso los participantes serán galardonados con una titulación propia otorgada por ISEIE Innovation School. Esta titulación se encuentra respaldada por una certificación que equivale a 4 créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) y representa un total de 100 horas de dedicación al estudio.



Esta titulación no solo enriquecerá su imagen y credibilidad ante potenciales clientes, sino que reforzará significativamente su perfil profesional en el ámbito laboral. Al presentar esta certificación, podrá demostrar de manera concreta y verificable su nivel de conocimiento y competencia en el área temática del curso.



Esto resultará en un aumento de su empleabilidad, al hacerle destacar entre otros candidatos resaltando su compromiso con la mejora continua y el desarrollo profesional.



TRABAJO FINAL DEL DIPLOMADO

A

Una vez que haya completado satisfactoriamente todos los módulos del master, deberá llevar a cabo un trabajo final en el cual deberá aplicar y demostrar los conocimientos que ha adquirido a lo largo del programa.

B

Este trabajo final suele ser una oportunidad para poner en práctica lo que ha aprendido y mostrar su comprensión y habilidades en el tema.

C

Puede tomar la forma de un proyecto, un informe, una presentación u otra tarea específica, dependiendo del contenido del curso y sus objetivos. Recuerde seguir las instrucciones proporcionadas y consultar con su instructor o profesor si tiene alguna pregunta sobre cómo abordar el trabajo final.



CONTENIDO DEL DIPLOMADO DE ADMINISTRACIÓN

MÓDULO 1. EL ROL DE LA DIRECCIÓN DE PERSONAS EN EL SIGLO XXI

1.1 Liderazgo Transformacional

1.1.1 Definición y características del liderazgo transformacional

1.1.2 Impacto en la motivación y el rendimiento del equipo

1.1.3 Herramientas para desarrollar habilidades de liderazgo

1.2 Gestión del Talento Humano

1.2.1 Estrategias de atracción y retención de talento

1.2.2 Desarrollo de planes de carrera y formación continua

1.2.3 Diversidad e inclusión en el lugar de trabajo

1.3 Cultura Organizacional y Clima Laboral

1.3.1 Importancia de la cultura organizacional en el siglo 21

1.3.2 Métodos para evaluar el clima laboral

1.3.3 Estrategias para fomentar una cultura positiva

1.4 Tecnología y Recursos Humanos

1.4.1 Uso de herramientas digitales en la gestión de personas

1.4.2 Impacto de la inteligencia artificial en el reclutamiento y selección

1.4.3 Teletrabajo y su influencia en la dirección de personas

1.5 Ética y Responsabilidad Social

1.5.1 Ética en la dirección de personas

1.5.2 Responsabilidad social corporativa y su papel en la gestión de personas

1.5.3 Desarrollo sostenible y su relación con la gestión del talento

MÓDULO 2. GENERAL MANAGEMENT COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD

2.1 Fundamentos de la Gestión General

2.1.1 Definición y objetivos de la gestión general

2.1.2 Funciones principales: planificación, organización, dirección y control

2.1.3 Relación entre gestión general y competitividad empresarial

2.2 Estrategias Competitivas

2.2.1 Tipos de estrategias competitivas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque

2.2.2 Análisis de mercado y posicionamiento

2.2.3 Desarrollo e implementación de estrategias efectivas

2.3 Gestión del Cambio Organizacional

2.3.1 Importancia del cambio en un entorno competitivo

2.3.2 Modelos de gestión del cambio: Lewin, Kotter, entre otros

2.3.3 Herramientas para gestionar la resistencia al cambio

2.4 Innovación y Desarrollo Organizacional

2.4.1 El papel de la innovación en la competitividad

2.4.2 Fomentar una cultura de innovación dentro de la organización

2.4.3 Metodologías para el desarrollo de nuevos productos y servicios

2.5 Medición y Evaluación del Desempeño

2.5.1 Indicadores clave de rendimiento (KPI) para la gestión general

2.5.2 Herramientas de evaluación y mejora continua

2.5.3 El ciclo de retroalimentación y su impacto en la competitividad

MÓDULO 3. LIDERAR Y EMPRENDER

PROCESOS INNOVADORES EN CUALQUIER TIPO DE ORGANIZACIÓN

3.1 Fundamentos del Liderazgo Innovador

3.1.1 Características del líder en entornos de innovación

3.1.2 Estilos de liderazgo y su impacto en la innovación





- 3.1.3 Desarrollo de habilidades de liderazgo para fomentar la creatividad
- 3.2 Cultura de Innovación Organizacional
 - 3.2.1 Definición y elementos de una cultura innovadora
 - 3.2.2 Estrategias para promover la innovación en equipos y departamentos
 - 3.2.3 Herramientas para evaluar y mejorar la cultura organizacional
- 3.3 Metodologías de Innovación
 - 3.3.1 Introducción a metodologías como Design Thinking y Lean Startup
 - 3.3.2 Proceso de generación y selección de ideas innovadoras
 - 3.3.3 Implementación de prototipos y pruebas como parte del ciclo de innovación
- 3.4 Gestión de Proyectos Innovadores
 - 3.4.1 Planificación y ejecución de proyectos de innovación
 - 3.4.2 Herramientas de gestión de proyectos aplicadas a la innovación
 - 3.4.3 Evaluación de resultados y lecciones aprendidas en proyectos innovadores
- 3.5 Sostenibilidad e Innovación
 - 3.5.1 Relación entre innovación y sostenibilidad en las organizaciones
 - 3.5.2 Desarrollo de modelos de negocio sostenibles
 - 3.5.3 Impacto de la innovación en la responsabilidad social corporativa

MÓDULO 4. ESTRATEGIAS EN LA ERA DE LA DISRUPCIÓN DIGITAL

- 4.1 Entendiendo la Disrupción Digital
 - 4.1.1 Definición de disrupción digital y su impacto en los negocios
 - 4.1.2 Casos de estudio de disrupción en diferentes industrias
 - 4.1.3 Identificación de señales de disrupción y tendencias emergentes
- 4.2 Transformación Digital de las Organizaciones
 - 4.2.1 Conceptos clave de la transformación digital

- 4.2.2 Estrategias para implementar cambios digitales en la organización
- 4.2.3 Desarrollo de competencias digitales en equipos de trabajo
- 4.3 Modelos de Negocio Digitales
 - 4.3.1 Diferencias entre modelos de negocio tradicional y digital
 - 4.3.2 Creación y evaluación de modelos de negocio digitales
 - 4.3.3 Casos de éxito de empresas que han adoptado modelos digitales innovadores
- 4.4 Estrategias de Marketing Digital
 - 4.4.1 Técnicas y herramientas de marketing digital en la era de la disrupción
 - 4.4.2 Segmentación y personalización en entornos digitales
 - 4.4.3 Métricas y análisis de desempeño en campañas digitales
- 4.5 Gestión del Cambio y Resiliencia Organizacional
 - 4.5.1 Importancia de la gestión del cambio en contextos disruptivos
 - 4.5.2 Desarrollo de una cultura organizacional resiliente
 - 4.5.3 estrategias para enfrentar la incertidumbre y adaptarse rápidamente al cambio

MÓDULO 5. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN ORGANIZACIONES

- 5.1 Fundamentos de la Comunicación Digital
 - 5.1.1 Definición y evolución de la comunicación digital



Nota: El contenido del programa académico puede estar sometido a ligeras modificaciones, en función de las actualizaciones o de las mejoras efectuadas.

- 5.1.2 Importancia de la comunicación digital en las organizaciones modernas
- 5.1.3 Elementos clave de la comunicación efectiva en entornos digitales
- 5.2 Estrategias de Comunicación Digital
 - 5.2.1 Desarrollo de un plan de comunicación digital
 - 5.2.2 Estrategias para la gestión de la reputación online
 - 5.2.3 Integración de canales digitales y tradicionales en la comunicación organizacional
- 5.3 Herramientas y Plataformas Digitales
 - 5.3.1 Análisis de herramientas de comunicación digital
 - 5.3.3 Utilización de plataformas de gestión de contenido (CMS)
 - 5.3.4 Medición y análisis del rendimiento de las comunicaciones digitales
- 5.4 Gestión de Crisis y Comunicación en Línea
 - 5.4.1 Identificación de riesgos y crisis potenciales en el entorno digital
 - 5.4.2 Estrategias de comunicación para la gestión de crisis
 - 5.4.3 Estudio de casos de crisis en redes sociales y lecciones aprendidas
- 5.5 Tendencias Futuras en Comunicación Digital
 - 5.5.1 Innovaciones tecnológicas que están transformando la comunicación
 - 5.5.2 Impacto de la inteligencia artificial y el big data en la comunicación organizacional
 - 5.5.3 Preparación para el futuro: adaptarse a cambios en el comportamiento del consumidor

MÓDULO 6. MARKETING EN EL ACTUAL CONTEXTO DIGITAL: GROWTH MARKETING BUSINESS INTELLIGENCE Y BIG DATA

- 6.1 Fundamentos del Growth Marketing
 - 6.1.1 Definición y principios del Growth Marketing
 - 6.1.2 Diferencias entre Growth Marketing y marketing tradicional
 - 6.1.3 Estrategias clave para el crecimiento sostenible en entornos digitales
- 6.2 Introducción a Business Intelligence (BI)
 - 6.2.1 Conceptos básicos de Business Intelligence
 - 6.2.2 Herramientas y tecnologías de BI aplicadas al marketing
 - 6.2.3 Análisis de datos: de la recopilación a la toma de decisiones
- 6.3 Big Data en Marketing
 - 6.3.1 Definición y características del Big Data



- 6.3.2 Fuentes de datos relevantes para el marketing digital
- 6.3.3 Casos de uso de Big Data en la segmentación de mercado y personalización
- 6.4 Integración de BI y Big Data en Estrategias de Growth Marketing
 - 6.4.1 Cómo utilizar BI y Big Data para identificar oportunidades de crecimiento
 - 6.4.2 Desarrollo de estrategias basadas en datos para optimizar campañas de marketing
 - 6.4.3 Medición y análisis del rendimiento: KPIs y métricas clave
- 6.5 Tendencias y Futuro del Marketing Digital
 - 6.5.1 Nuevas tecnologías y su impacto en el marketing (IA, automatización)
 - 6.5.2 Predicciones sobre el futuro del Growth Marketing en el contexto digital
 - 6.5.3 Desafíos y oportunidades en la integración de BI y Big Data en las estrategias de marketing

MÓDULO 7. CANALES DE VENTA ONLINE Y OFFLINE

- 7.1 Introducción a los Canales de Venta
 - 7.1.1 Definición y tipos de canales de venta
 - 7.1.2 Importancia de los canales de venta en la estrategia comercial
 - 7.1.3 Diferencias entre canales online y offline
- 7.2 Canales de Venta Online

- 7.2.1 E-commerce: plataformas y modelos de negocio (B2B, B2C, C2C)
- 7.2.2 Redes sociales como canales de venta: estrategias y buenas prácticas
- 7.2.3 Marketing digital: SEO, SEM y su impacto en las ventas online
- 7.3 Canales de Venta Offline
 - 7.3.1 Tiendas físicas: diseño, experiencia del cliente y estrategias de venta
 - 7.3.2 Distribución y logística en ventas offline
 - 7.3.3 Eventos y ferias comerciales: oportunidades de venta y networking
- 7.4 Integración de Canales Online y Offline
 - 7.4.1 Omnicanalidad: creando una experiencia de cliente coherente
 - 7.4.2 Estrategias para combinar ventas online y offline
 - 7.4.3 Medición del rendimiento y análisis de datos en un enfoque omnicanal
- 7.5 Tendencias y Futuro de los Canales de Venta
 - 7.5.1 Impacto de la tecnología en los canales de venta (IA, AR/VR)
 - 7.5.2 Cambios en el comportamiento del consumidor y su efecto en los canales de venta
 - 7.5.3 Nuevas oportunidades en el comercio electrónico y el retail físico

MÓDULO 8. DIGITALIZAR Y AUTOMATIZAR PROCESOS Y GESTIONAR PROYECTOS EFICAZMENTE

- 8.1 Introducción a la Digitalización y Automatización de Procesos
 - 8.1.1 Conceptos básicos de digitalización y automatización
 - 8.1.2 Beneficios de digitalizar y automatizar procesos en las organizaciones
 - 8.1.3 Identificación de procesos clave para la digitalización
- 8.2 Herramientas y Tecnologías para la Automatización
 - 8.2.1 Software de automatización
 - 8.2.2 Tecnologías emergentes
 - 8.2.3 Evaluación y selección de herramientas para la automatización de procesos
- 8.3 Gestión de Proyectos: Fundamentos y Metodologías
 - 8.3.1 Principios de gestión de proyectos: planificación, ejecución y control
 - 8.3.2 Metodologías ágiles vs. tradicionales en la gestión de proyectos



- 8.3.3 Herramientas de gestión de proyectos
- 8.4 Integración de la Digitalización en la Gestión de Proyectos
 - 8.4.1 Cómo digitalizar la gestión de proyectos: mejores prácticas
 - 8.4.2 Uso de plataformas digitales para la colaboración y comunicación en proyectos
 - 8.4.3 Monitoreo y evaluación de proyectos a través de herramientas digitales
- 8.5 Retos y Futuro de la Digitalización y Automatización
 - 8.5.1 Desafíos en la implementación de procesos digitales y automatizados
 - 8.5.2 Cultura organizacional y resistencia al cambio
 - 8.5.3 Tendencias futuras en digitalización y automatización de procesos

MÓDULO 9. TRABAJO FINAL DE DIPLOMADO



ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

CONTACTANOS

 +34 960 25 47 46

 Av. Aragón 30, 5. 46021 Valencia.

 www.iseie.com