

# Máster Digital Development Management

## Presentación

### PRESENTACIÓN

El **Máster Digital Development Management** es una propuesta formativa especializada que tiene como objetivo la formación específica de profesionales en el ámbito de los procesos de transformación digital y la cultura digital de las compañías.

El diseño formativo del **Máster Digital Development Management** está claramente enfocado a adaptar los conocimientos específicos de los profesionales en sus distintas áreas de gestión corporativa, a su evolución y adaptación dentro contexto de los procesos de transformación digital.

Los procesos de digitalización afectan a todos los ámbitos y áreas de las empresas y son indispensables y un valor estratégico clave para crear una compañía competitiva y eficaz en el contexto y modelo económico actual. Por eso, es fundamental tener una visión global y transversal de qué es la transformación y la cultura digital dentro de una compañía, para después ver cómo pueden afectar y se pueden implementar a sus distintas áreas, de forma lógica, escalonada y medible.

En este sentido, el programa de este **Máster Digital Development Management** ofrece un punto de partida basado en análisis de lo que es el marco de la transformación digital, para después realizar un recorrido transversal por distintos ámbitos estratégicos de las compañías y ver su aplicación en cada una de ellas.

### A QUIÉN SE DIRIGE

- Directivos que precisan competencias o actualizar sus conocimientos sobre transformación digital para aplicarlos a sus compañías.
- Profesionales con proyección que pretenden gestionar o generar procesos de transformación y cambio digital como consultores.
- Graduados que quieren especializar su formación en el ámbito de la transformación digital, para ampliar sus conocimientos o para implementarlos de forma profesional en empresas.
- Profesionales del sector que, sin poseer título universitario, acrediten suficiente experiencia profesional (al menos tres años) como directivos o empleados en empresas o instituciones vinculadas al ámbito de estudio.

### DATOS GENERALES

**Duración:** 60 créditos ECTS - un curso académico

**Modalidad:** online

**Fechas:** de enero a noviembre 2020

**Lugar:** FUE-UJI. Edificio Consell Social. Campus Riu Sec. Castellón. **(ver mapa)**

**Teléfono de contacto:** 964 38 72 09/22

**Título / Diploma obtenido:** Máster Propio de la Universitat Jaume I

**¡Consulta nuestra tarifa Alumni SAUJI Premium!**



## Objetivos

---

### OBJETIVOS

- Fomentar una formación avanzada de posgrado sobre Digital Management a diferentes perfiles profesionales que pueden acceder desde estudios de Administración de Empresa, ingenierías o humanísticos (Sociología, Psicología, Comunicación).
- Proporcionar a la sociedad directivos especializados en innovación digital, con una visión internacional y altamente cualificados, con una formación avanzada y específica en los diversos campos del “digital management” o desarrollo y transformación digital de tipo teórico, práctico y metodológico.
- Contribuir a mejorar la competitividad de las empresas y organizaciones de nuestro entorno a través de la transferencia de conocimiento y competencias que adquieran los profesionales que cursen el máster.

## Programa y Metodología

---

### PROGRAMA

El **Máster en Digital Development Management (MDDM)** es un curso de postgrado 100% ON-LINE. Su objetivo es dotar a los alumnos de una formación específica en los procesos de transformación digital de las organizaciones.

El MDDM está estructurado en cinco módulos.

#### **MÓDULO 1: El contexto de la transformación digital.**

Este primer módulo tiene como objetivo formar al alumno sobre el contexto de lo que es la transformación digital de las compañías a través de tres aspectos clave:

- La figura del gestor de transformación digital dentro de una compañía.
- La gestión de proyectos de transformación digital dentro de las organizaciones: planificación, gestión y herramientas que nos pueden ayudar a este proceso.
- Analizar qué es y a qué se refiere el término transformación digital.

#### **MÓDULO 2: Procesos de análisis y soluciones digitales.**

Tras el análisis y la revisión del marco de referencia actual de la transformación digital, se ha diseñado un segundo módulo que tiene como eje analizar las nuevas posibilidades, soluciones y herramientas y aplicarlas en procesos digitales en las compañías. Este módulo se divide en cuatro temas específicos:

- Vigilancia tecnológica: implementar procesos de vigilancia de nuevas tendencias tecnológicas y soluciones en el contexto digital.
- Evaluación de soluciones digitales.
- Business Analysis: desarrollo de soluciones y estrategias que unen tecnología y negocio para conseguir objetivos estratégicos corporativos.
- BMP y análisis de procesos desde la optimización digital: metodologías para el análisis y mejora de los procesos

dentro una organización.

### **MÓDULO 3: Entorno productivo en el contexto digital.**

Este módulo se basa en aspectos más técnicos que todo profesional que trabaja en la gestión de un proceso de transformación digital debe de conocer.

- Arquitecturas tecnológicas tipo en entornos profesionales: Definición y principales elementos que suelen componer una arquitectura tecnológica de una solución u organización.
- Industria 4.0: Características de los procesos de digitalización de la industria y estudio de casos.

### **MÓDULO 4: La digitalización en diversas áreas de la empresa.**

En este módulo se pone el foco en los procesos de transformación digital adaptados a las distintas áreas estratégicas de las compañías. Se analizarán los procesos de digitalización en las siguientes áreas:

- Marketing y comunicación: procesos, herramientas, metodología e indicadores.
- Logística: tecnología y procesos.
- Transformación digital en la producción: Revisión de los cambios, tecnologías y oportunidades que la transformación digital está generando en el área productiva de las compañías.
- Digitalización en las finanzas: Estudio de las nuevas tecnologías aplicadas a las finanzas (Fintech), sus características e implicaciones. Se revisarán los nuevos modelos de negocio, métodos de pago, criptomonedas y su tecnología subyacente (Blockchain).
- Digitalización en la innovación: Relacionamiento del desarrollo digital y la innovación, su convivencia en la empresa así como las nuevas tecnologías aplicables para potenciar la innovación abierta en las compañías
- Business Intelligence: Estudio de la gestión de la información e inteligencia de negocio para la toma de decisiones, principales metodologías, fuentes de datos y herramientas para el análisis y visualización de datos.
- Seguridad: La transformación digital conlleva aparejada un aumento de la importancia de la seguridad tecnológica. Es crucial conocer los retos y principales vulnerabilidades a los que una empresa se enfrenta al abordar la implementación de soluciones TIC. En la asignatura se repasarán aspectos clave a tener en cuenta a la hora de seleccionar, desarrollar e implementar soluciones así como las principales herramientas y metodologías para mantener la empresa segura.

### **MÓDULO 5: Cultura, modelos y ética digital.**

En este último módulo, planteamos una visión transversal analizando los siguientes aspecto:

- El desarrollo de la cultura digital en la organizaciones: La base del desarrollo digital o transformación digital de una compañía son las personas. A través de esta asignatura se abordarán las competencias que un equipo y sus personas deben desarrollar para evolucionar digitalmente y metodologías para su promoción dentro de la estructura de la organización.
- Los nuevos modelos de negocio: El desarrollo digital y las nuevas oportunidades aparecidas gracias a las TIC están fomentando la transformación de modelos de negocio clásicos. A través de esta asignatura se revisarán algunos casos con el objetivo de ofrecer al alumno pautas a la hora de abordar el diseño de nuevos modelos de negocio basados en las nuevas tecnologías.
- Ética y tecnología: Todo cambio o innovación conlleva nuevos dilemas éticos. La tecnología, el tratamiento de la información, su relacionamiento con el trabajo humano, etc. requieren de una evaluación constante sobre aspectos éticos y sobre los propios valores de una compañía y de sus integrantes. En la asignatura se repasarán algunos de estos dilemas éticos surgidos de la aplicación de las nuevas tecnologías en diferentes esferas profesionales con el fin de ofrecer una visión suficiente al alumno para aplicar de forma sistemática una reflexión ética sobre sus propias decisiones y las implicaciones de los proyectos que evalúe e/o impulse.

## **METODOLOGÍA**

El **Máster en Digital Development Management** (MDDM) es un modelo de formación 100% on-line.

El alumno deberá ir superando cada asignatura en el tiempo establecido para poder acceder a la siguiente. Al final de cada asignatura el alumno tendrá que superar un test.

Cada alumno deberá de realizar un proyecto de final de máster. Este proyecto de final de máster estará tutorizado por un profesor. La elección de este proyecto puede venir por dos vías:

- Que el alumno plantee un proyecto de trabajo que quiere desarrollar.
- Desde la dirección del Máster se expondrán a los alumnos una serie de retos que tendrán de desarrollar.

### **Tutoría Personalizada**

---

Si quiere concertar una **tutoría personalizada** con el director del Máster, puede hacerlo enviando un correo a [formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)

### **Claustro de Profesores**

---

#### **DIRECTORES ACADÉMICOS**

##### **Dr. Miguel Angel Moliner Tena**



Catedrático de Marketing por la Universitat Jaume I.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia y Doctor en Dirección de Empresas (especialidad Marketing) por la Universitat Jaume I.

Ha impartido asignaturas relacionadas con el marketing en el grado en Administración de Empresas y en el grado en Publicidad y Relaciones Públicas desde 1992. También se ha encargado de asignaturas relacionadas con el marketing en diversos másters desde 1995. Ha participado en seminarios de doctorado desde 1997. Ha publicado tres libros sobre ventas, marketing interno y marketing social.

Su principal línea de investigación es relationship marketing and customer loyalty (lealtad, valor percibido, satisfacción, confianza), aplicado a diferentes sectores (turismo, entidades financieras, servicios públicos, cerámica industrial).

Ha publicado 64 artículos científicos, de los cuales 30 están publicados en revistas académicas incluidas en Journal Citation Report (JCR) de Thompson-Web of Science.

#### **PROFESORES**

##### **D. Enrique Asiain Roso**



CS Quality Assurance - Principal Analyst en Oracle

Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid. Certificado PMP, Prince II e ITIL v3.

Lleva 32 años trabajando en Tecnologías de la Información (TI). Su actividad actual se centra en auditorías de los contratos más críticos desde el punto de vista de la aplicación de procesos de Dirección de Proyectos y Servicios, emitiendo recomendaciones y acciones de mejora a la alta dirección con el objetivo de mejorar los resultados y facilitar la continuidad del negocio posterior.

El equipo al que pertenece es un grupo internacional de expertos en Gestión de Proyectos, con un enfoque personal específico en las regiones de EMEA y América Latina. También ejerce de docente.

---

#### **D. César García Sáez**



Ingeniero Técnico en Informática de Sistemas por la Universidad Oberta de Cataluña, donde también cursó la Licenciatura de Estudios de Asia Oriental, especializándose en el área de Sociedad, Cultura y Relaciones Internacionales con Asia Oriental. Ha trabajado durante más de 13 años en Informática del Ayuntamiento de Madrid, dentro del Departamento de Sistemas y Tecnología. En el año 2014 resultó ganador del primer concurso de intraemprendimiento del Ayuntamiento de Madrid "Innovando Juntos".

Desde finales de 2015 trabaja como investigador independiente colaborando con la Asociación EooDescubre. Como parte de sus labores, está coordinando el programa Breakers, junto a Fundación Orange España, para acercar la fabricación digital e impresión 3D a jóvenes en riesgo de exclusión social.

---

#### **D. David Gobert Cizanne**



Licenciado en Administración de Empresas y Marketing. Fundador de future-A, empresa dedicada a la investigación y aplicación de tendencias en entornos estratégicos.

Desarrolla labores de consultoría estratégica en Idear Ideas, agencia de marketing y creatividad. Es responsable de Partners Estratégicos en Sales Layer, startup de ámbito internacional centrada en PIM, Product Information Management. Promotor de OMNIMAT, iniciativa de conexión de la información de producto entre fabricantes y distribuidores de materiales de construcción.

Es el responsable del área de marketing en el Colegio de Economistas de Castellón. Dirigió Alicer, Instituto Tecnológico de Diseño Industrial Cerámico. Fue responsable del área de Inteligencia Competitiva del ITC, Instituto de Tecnología Cerámica, donde desarrolló los observatorios de mercado, de tendencias del hábitat y el tecnológico.

Formador y conferenciante, profesor en la Universidad Jaume I.

---

#### **D. Alfredo R. Cebrián Fuertes**



Cofundador y CEO de Cuatroochenta

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I y Máster en Business Intellingence por OBS Business School.

Fundó Cuatroochenta en 2011 junto a Sergio Aguado tras haber dirigido R&MK, spin-off de la UJI dedicada a la investigación de mercados y planificación estratégica de marketing.

Participa de forma habitual como docente y conferenciante en diferentes másters, cursos y eventos del área del emprendedurismo, innovación y marketing. Su especialidad es la fusión del marketing y la tecnología para ponerla al servicio de las ventas, con una gran facilidad para detectar oportunidades de negocio y motivar equipos de trabajo.

---

### **D<sup>a</sup>. Pepa Casado**



Socia fundadora e investigadora principal de future-A, empresa dedicada a la investigación y aplicación de tendencias en entornos estratégicos.

Durante 10 años ha liderado el Observatorio de Tendencias del Hábitat (ITC) dedicado a la detección de tendencias en el hábitat, el mercado y la comunicación.

Su objetivo es desarrollar herramientas que permitan analizar el entorno y aplicar ese conocimiento a la estrategia empresarial.

Cuenta con más de diez años de experiencia docente en los ámbitos del coolhunting y la investigación de tendencias aplicadas al sector del diseño y el hábitat, tanto en programas reglados como en formación in company para empresas.

---

### **Dr. Luis Martinez Chafer**



MBA por el Instituto de Empresa (Madrid), Ingeniero Químico y Doctor en Gestión Empresarial por la Universitat Jaume I de Castelló.

Cuenta con experiencia profesional en el negocio TIC en diferentes áreas tales como: ventas, consultoría de negocios y gestión de proyectos.

Trabajó para el grupo Sogecable en Madrid (España), Oracle y Google en Dublín (Irlanda), SAP en Barcelona (España) y actualmente en la Universitat Jaume I como Profesor Ayudante Doctor.

Su actividad docente se basa en los siguientes temas: Iniciativa Empresarial, Management Internacional,

Gestión de la Innovación, Introducción a los Sistemas de Información e Introducción a la Dirección de Empresas, entre otros.

Es miembro del grupo de investigación AERT y del IIDL. Su trabajo de investigación se centra en el Análisis de Redes Sociales, la Innovación, la Transmisión de Conocimiento, el Capital Social y los Clusters Industriales, entre otros temas.

Su trabajo ha sido publicado en revistas relevantes en el ámbito del Management y la Economía Regional como: Journal of Business Research, Technology Analysis and Strategic Management y Regional Studies. Por último, su investigación también se ha presentado en varios congresos nacionales e internacionales.

---

#### **Dr. Oscar Belmonte Fernandez**



Doctor en Ciencias Físicas por la Universitat de València. Profesor Titular de Universidad en el departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos de la Universitat Jaume I (<http://www3.uji.es/~belfern/>).

Imparte docencia en el grado en Informática y en el Masters' Degree in Geospatial Technologies. Su intereses en investigación es el Aprendizaje Automático (Machine Learning) para el desarrollo de Entornos Inteligentes, y en particular, la localización en interiores y los servicios que se pueden proporcionar sobre esta tecnología.

---

#### **Dra. Marta Estrada Guillén**



Doctora en Gestión Empresarial por la Universitat Jaume I.

Ha desempeñado cargos de responsabilidad vinculados al área de marketing en diferentes empresas durante más de 5 años.

Su trayectoria como investigadora se centra en el comportamiento del consumidor, la banca y la inteligencia emocional.

Ha escrito 10 libros de investigación y docencia, ha sido coautora en 6 capítulo internacionales, ha escrito 25 artículos científicos muchos de ellos indexados en bases de prestigio como JCR y Scopus, ha participado en más de 45 congresos.

A nivel docente ha dado clases en 10 titulaciones. La media de evaluación obtenida en el programa DOCENTIA para la valoración de la actividad docente es de excelente. Ha obtenido 7 premios de investigación y docencia, el último, en el año 2018, el Premio de Excelencia Docente obtenido por la Universitat Jaume I.

---

#### **D. Ángel López Doménech**



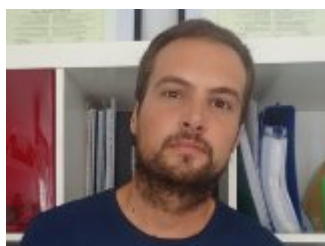
CEO Sofistic Cybersecurity y Co-founder PayNoPain Solutions SL

Es ingeniero técnico en Informática de Gestión y CEO de la consultora en seguridad informática Sofistic. Actualmente se encuentra desarrollando modelos de negocio entorno a la ciberseguridad en Latinoamérica.

Es docente del curso de postgrado 'Seguridad informática aplicada, ataque y defensa' de la Universitat Jaume I.

---

#### **Dr. Diego Monferrer Tirado**



Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Jaume I en 2004 y Doctor en Gestión Empresarial (Marketing) con mención de Premio Extraordinario de Doctorado por la misma universidad en 2011.

En términos de investigación, recibe la evaluación positiva de 1 sexenio de investigación por parte de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) para el periodo comprendido entre los años 2007-2012. Ha desarrollado diversas líneas de trabajo que incluyen la orientación al mercado, capacidades organizativas, redes empresariales, international entrepreneurship, marketing internacional, marketing bancario, calidad de servicio y calidad de la relación. En base a ellas: (1) ha participado en 7 proyectos y contratos de investigación (en 3 de ellos como investigador principal), ha publicado más de 25 artículos en revistas de reconocido prestigio internacional como Journal of Services Marketing, Service Industries Journal, International Journal of Bank Marketing, Business Research Quarterly, International Business Review, European Journal of International Management, Investigaciones Económicas, Journal of International Entrepreneurship, entre otras; (2) ha publicado más de 15 libros y capítulos de libro; (3) ha realizado ponencias en más de 40 congresos nacionales e internacionales; y (4) ha recibido diversos premios entre los que destaca la concesión en el año 2014 del Premio Joven Investigador en el Área de Ciencias Económicas y Empresariales de la IV edición de los Premios Banco Santander al Reconocimiento de Actividades Docentes e Investigadoras del PDI. Finalmente, señalar que es miembro del grupo de investigación consolidado "IMK - Innovación en Marketing" (código 178).

En el plano docente, posee 2 quinquenios reconocidos, habiendo impartido en torno a 2000 horas en 25 asignaturas de código distinto (17 pertenecientes a estudios de grado y 8 a estudios de máster), con una evaluación media de la docencia por encima de 4,5 sobre un máximo de 5. De forma complementaria: (1) ha participado en casi una decena de proyectos de innovación educativa; (2) ha elaborado diversos materiales y publicaciones docentes (5 libros y capítulos de libro y 5 artículos en revistas especializadas); y (3) ha realizado ponencias en alrededor de 25 congresos orientados a la formación docente universitaria. En el año 2017 obtiene el Premio a la Excelencia Docente Universitaria concedido por el Consejo Social de la Universitat Jaume I en su VIII edición.

---

#### **Dr. Javier Sánchez García**





Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados por la Universitat Jaume I.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universitat de València. Doctor en Dirección de Empresas por la Universitat Jaume I.

Autor de artículos en revistas incluidas en el Journal Citation Report: Transport Reviews, Journal of Air Transport Management, Journal of Business-to-Business Marketing, European Journal of Marketing, Journal of Business & Industrial Marketing, Service Industries Journal, International Journal of Aging & Human Development, Tourism Management, Tourism Geographies, Annals of Tourism Research, Universia Business Review, Innovar-Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa (CEDE).

Participación como ponente en más de ochenta congresos nacionales e internacionales, así como en proyectos de investigación competitivos y en contratos de investigación.

---

#### **Dr. Miguel Angel Gimeno Navarro**



Mi formación académica abarca tres ramas generalistas: la Psicología, la Salud Laboral, y la Organización de Empresas. La primera la inicié en 1989; la segunda en 1997; y la tercera en 2008. Tras ellas se encuentra mi interés por el ser humano y su sistema social.

Soy Licenciado en Psicología (1994), Doctor en Administración de empresas y Marketing (2012), y Doctor en Psicología (2016).

Durante casi 10 años -de 1999 a 2008- estuve compaginando la docencia universitaria -en la UJI y en la UNED - con la actividad profesional en el ámbito de la calidad de vida, la salud y la seguridad laboral. En el año 2008 entré a formar parte del Departamento de Administración de Empresas y Marketing, en la UJI, donde soy profesor contratado doctor. También soy profesor-tutor en la UNED.

Formo parte del equipo de investigación GlobCons (Conciencia Global). Mis líneas de investigación giran alrededor de la salud en las organizaciones, la creatividad, el trabajo en equipo, y la conciencia global.

---

#### **D. Javier Portoles Ibáñez**



Senior Innovation Manager / Emotional Experience Design en Idearideas

Licenciado en Ciencias Químicas.

Comenzó a trabajar en gestión de la innovación tras dirigir algunas decenas de proyectos y participar en múltiples

publicaciones, equipos y eventos relacionados con el proceso innovador.

Actualmente colabora con empresas e instituciones en el desarrollo de proyectos de innovación y estrategias de nuevos modelos de negocio.

Es profesor asociado del ICEMD-ESIC desde 2015 y profesor invitado de Gastronomía Experiencial en Basque Culinary Center desde 2015. Coinventor en más de 14 patentes, autor y coautor de numerosos artículos y presentaciones en Congresos.

Director de Innovación responsable de la Gestión de la Innovación del Grupo TAU compaginado con las responsabilidades de Dirección de Productos y Mercados de TAU Cerámica,

Desarrollo de Nuevos Negocios y Dirección de la División S3 (Smart Surface Systems).

Director de Innovación en E-commfactory hasta 2015.

Funda en 2013 y dirige hasta agosto del 2017 InHedit. Smart Experiences, empresa dedicada al diseño y experiencias y elementos emocionales.

---

### **D. Juan Manuel Ferrer Miralles**



SMC SALES LEADER Madrid

Ingeniero Técnico Industrial en la Universidad de Sevilla.

Con más de 20 años de experiencia en diferentes áreas de automatización de negocios tiene la capacidad de dirigir y administrar acciones y actividades para el crecimiento de las empresas para las que trabaja.

SMC SALES LEADER MADRID AREA

Presidente ISA Spain (International Society of Automation)

GENERAL ELECTRIC (CONSUMER & INDUSTRIAL DIVISION)

SALES GE FANUC AUTOMATION MANAGER

---

### **D. Sergio López**



Chief Digital Marketing Officer Cuatroochenta

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

10 años de experiencia en el sector del marketing, desarrollo de software y consultoría de marketing digital. Como Chief Digital Marketing Officer en Cuatroochenta, es el responsable de desarrollar e implementar estrategias de marketing en canal digital desde un punto de vista integral y ligado a la tecnología.

Profesor invitado en el máster de marketing e investigación de mercados y en el curso de perfiles publicitarios de la UJI.

Proyectos: Transformación Digital Aquarama; Transformación Digital Cámara de Comercio de Castellón; Transformación Digital Malco Rent a Car

---

### **D<sup>a</sup>. Adriana Molano**



Comunicación e innovación para la transformación digital y el desarrollo sostenible

Maestría en Gerencia y Práctica del Desarrollo, Administración y Gestión por la Universidad de Los Andes. Consultora en comunicación, cultura e innovación, apoyando procesos de transformación digital y apropiación tecnológica en el ámbito público y privado.

Como conferencista, suma más de 5.000 horas de charlas y mentorías. En la actualidad comparte sus opiniones sobre los impactos de la tecnología en la vida económica, social y cultural a través de su columna en la Revista Dinero, una de las más influyentes para los negocios en Colombia.

Docente y coordinadora de los Diplomados en Transformación Digital (Universidad de La Sabana) y Comunicación Digital (Universidad Jorge Tadeo Lozano).

Actualización de la Estrategia Nacional de Apropiación Social de la CTI, Proyecto Maloka - Colciencia  
Coordinación, diseño e implementación de la estrategia digital de participación ciudadana en Colombia.

---

### **D. Santiago Bonet**



Docente y consultor de Transformación digital

Ingeniero Informático, comenzó su carrera en proyectos (I+D) para empresas sobre automatización industrial. En una segunda etapa (1996-2012) lideró numerosos Proyectos de Transformación Digital con el objetivo de generar valor añadido para las empresas alrededor de una nueva tecnología TIC, en base a factores como el valor de la adopción de dicha TIC, eliminación de barreras económicas, tecnológicas y culturales y promoción de la tecnología entre otros Institutos Tecnológicos y Asociaciones Empresariales de otros sectores y zonas geográficas.

Desde 2013 compagina la actividad de docencia e investigación, impartiendo clases en Universidades y Escuelas de Negocio, ayudando a empresas y organismos a iniciar su Transformación Digital.

Proyectos:

Evaluador de proyectos de la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP) en los Programas T. Quevedo y Petri.

Ha participado en el Steering Committee del grupo de expertos de la Comisión Europea EU Social Networks.

Ha participado en el Comité Asesor de la Cátedra de empresa GedesTIC de la UPV.

---

### **D. Juan Carlos García**



Analista de seguridad en Sofistic

Ingeniero Informático y Máster en Sistemas inteligentes por la UJI.

Analista de seguridad en Sofistic, especializado en auditorías de código fuente y webpentesting. Asociado al “interactive & Robotic Lab” de la Universitat Jaume I desde 2007, ha participado en diversos proyectos de investigación nacional y europeo.

Ha desarrollado, entre otros, proyectos de análisis y desarrollo de soluciones tecnológicas mobile y web. Desarrollo de proyectos TIC con Drupal. Desarrollo de la interfaz gráfica de usuario para el control de un vehículo submarino autónomo. Tecnología: C#, Visual Studio, Sockets, XML. Desarrollo de la interfaz gráfica de usuario para el control de un vehículo submarino híbrido. Tecnología: C++, QT, ROS, OpenSceneGraph.

---

### D. César Tauste Martínez



Co-founder App Legends

Licenciado en Administración y dirección de empresas. Master en Data Management (Big Data) e Innovación tecnológica. Master en Marketing Digital. Postgrado en Lean Management y Project Management.

Elegido en la lista Forbes CA (Octubre-Noviembre 2014) como uno de los 12 líderes innovadores disruptores de la región.

Manager especialista en Transformación Digital.

Proyectos:

Finalista en el Citibank Mobile Challenge (Buenos Aires 2014) y “Latam Payments Awards” (Miami, 2015).

CO-FOUNDER en Legends (Startup relacionada con el deporte) [www.footballapplegends.com](http://www.footballapplegends.com) Sector nuevas tecnologías. Startup en el ámbito del fútbol base.

Digital Business Trasformation Advisor en Sunq.net: proyectos de big data, visualización de datos, data management

---

### Información de Matrícula

#### INFORMACIÓN SOBRE LA MATRÍCULA

#### IMPORTE DE LA MATRÍCULA

Precio del Máster: 4500 euros (300 euros de reserva de plaza + 4200 euros resto de matrícula)

Tarifa SAUJI Premium. Para optar a la aplicación a esta tarifa, selecciónala en el momento de la inscripción. Consulta requisitos y condiciones

## DOCUMENTACIÓN QUE HAY QUE APORTAR

- 1 Fotocopia del título
- 1 copia del Expediente Académico
- Curriculum Vitae
- 1 fotografía
- 1 fotocopia del DNI (alumnos extranjeros, NIE o pasaporte).
- Justificante del ingreso de 300 € como reserva de plaza
- Número de cuenta para hacer efectiva la domiciliación bancaria

## MODALIDADES DE PAGO

Los alumnos que deseen matricularse en este Máster, deben efectuar en el momento de la matrícula, un ingreso de 300 € a cuenta, en concepto de reserva de plaza y cumplimentar el "Formulario de Inscripción".

**Nº de cuenta: ES64- 2100-4236-14-2200003795 (Entidad: La Caixa)**

### Resto del pago de la matrícula

1. Ingreso/Transferencia Bancaria: Nº de cuenta: ES64-2100-4236-14-2200003795 (Entidad: La Caixa)
2. Domiciliación bancaria: Junto a la documentación que hay que aportar a la hora de realizar la matrícula se deberá entregar un número de cuenta para poder hacer efectivo la domiciliación bancaria, que se realizará al inicio del Curso.
3. Existen fuentes de financiación personalizadas

## F.A.Q. Master

---

1. ¿Qué diferencia hay entre Máster Propio y Máster Universitario?
  2. ¿Dónde puedo informarme de los trámites y plazos de solicitud de preinscripción al Máster?
  3. ¿Cuándo y dónde puedo hacer la preinscripción y la matrícula?
  4. ¿Qué documentación debo presentar junto con mi solicitud de admisión?
  5. ¿Puedo acceder al Máster con una titulación de acceso extranjera?
  6. ¿Dónde se cursan los Másters?
  7. ¿Cuáles son las formas de pago?
  8. ¿Es obligatoria la asistencia a las clases presenciales?
  9. ¿Si no he acabado la carrera puedo cursar el Máster?
  10. ¿Si no tengo titulación universitaria puedo cursar el Máster?
  11. ¿Es obligatorio realizar el Trabajo Final de Máster?
  12. ¿Existe la posibilidad de realizar prácticas en empresas o instituciones?
  13. ¿Qué es un crédito ECTS?
  14. ¿Qué pasa si suspendo una asignatura?
  15. ¿Qué es el Aula Virtual?
  16. ¿Quién expide los Títulos de Postgrado?
  17. ¿En la cantidad abonada en la matrícula se incluyen las tasas de expedición del título?
  18. ¿En qué casos se puede devolver el importe de la matrícula?
- 

### 1. ¿Qué diferencia hay entre Máster Propio y Máster Universitario?

Los Másteres Universitarios tienen una carga lectiva de 60 a 120 créditos europeos (1 ó 2 cursos académicos) y tienen que disponer de una acreditación oficial por parte del Ministerio de Educación. El Máster Universitario es

reconocido en toda la Unión Europea sin necesidad de realizar ningún trámite de reconocimiento y, por ello, garantiza la movilidad entre países.

El Máster Propio acredita un ciclo universitario de formación de postgrado no doctoral, y reconoce un nivel calificado de formación superior a la de grado. El Máster Propio de la universidad comprende, como mínimo, 60 créditos.



## **2. ¿Dónde puedo informarme de los trámites y plazos oficiales de solicitud de preinscripción al Máster?**

En la Fundació Universitat Jaume I-Empresa  
Departamento de Formación - Silvia Membrilla  
Edificio Consejo Social.  
Campus Riu Sec. Universitat Jaume I.  
12071 Castellón de la Plana.  
Teléfono: (+34) 964 387 209/22. formacion@fue.uji.es



## **3. ¿Cuándo y dónde puedo hacer la preinscripción y la matrícula?**

La preinscripción y matrícula se realizan durante los meses de junio y julio (el primer plazo) y septiembre y octubre (el segundo plazo). La preinscripción se puede realizar online a través de dicho apartado en la página web de cada curso. Para formalizar la matrícula se deberá enviar la documentación que requiera cada curso, así como realizar el pago del mismo.



## **4. ¿Qué documentación debo presentar junto con mi solicitud de admisión?**

Además de la solicitud de admisión se deberá presentar: 2 Fotocopias del título; Expediente Académico; Currículum Vitae; 2 fotografías; 2 fotocopias del DNI (alumnos extranjeros, NIE o pasaporte); Justificante del ingreso de 300 € como reserva de plaza. La documentación se puede entregar presencialmente a las oficinas de la FUE o enviar por mail a formacion@fue.uji.es.



## **5. ¿Puedo acceder al Máster con una titulación de acceso extranjera?**

En caso de titulación no homologada la decisión de acceso recae sobre la dirección del Máster.



## **6. ¿Dónde se cursan los Másters?**

Todos los másters que sean de modalidad presencial se cursan en el Edificio del Consejo Social, dentro del recinto de la Universitat Jaume I, Campus Riu Sec.



## **7. ¿Cuáles son las formas de pago?**

El pago debe realizarse de manera íntegra antes del inicio del curso. Al realizar la preinscripción se abonará una cantidad fija como reserva de plaza y el resto del importe se abonará íntegro antes de comenzar el curso.



## **8. ¿Es obligatoria la asistencia a las clases presenciales?**

Sí, es obligatoria la asistencia a las clases, de la que habrá un seguimiento de entrada. El porcentaje de faltas permitido es el 20% de las horas presenciales que se imparten en el curso.



### **9. ¿Si no he acabado la carrera puedo cursar el Máster?**

Depende de la dirección del Máster. Generalmente los estudiantes de las titulaciones de grado que tengan pendiente menos de treinta créditos ECTS (incluyendo el Trabajo Final de Grado) podrán cursarlo. Pero este estudiantado no podrá optar a ningún certificado ni a la expedición del título propio hasta que no se obtenga la titulación correspondiente.



### **10. ¿Si no tengo titulación universitaria puedo cursar el Máster?**

Podrán acceder al máster los profesionales del sector que, sin poseer el título universitario, acrediten suficiente experiencia profesional (al menos tres años) como directivos o empleados en empresas o instituciones vinculadas al ámbito de estudio.



### **11. ¿Es obligatorio realizar el Trabajo Final de Máster?**

Sí, es una asignatura más del Máster con la que concluye el mismo, y su carácter es obligatorio.



### **12. ¿Existe la posibilidad de realizar prácticas en empresas o instituciones?**

Sí, siempre que aparezca en el plan de estudios del curso o máster. Las prácticas suelen ser un complemento formativo adicional a la programación académica, por lo que no es necesario que todos los alumnos matriculados las lleven a cabo.



### **13. ¿Qué es un crédito ECTS?**

Los créditos de las asignaturas se corresponden con créditos ECTS (European Credits Transfer System). Son formas de medir la duración de los estudios universitarios y cuya equivalencia son 1 crédito 25 horas de dedicación.



### **14. ¿Qué pasa si suspendo una asignatura?**

Dependiendo de cada máster se ofrecerá la posibilidad de recuperar la asignatura en caso de suspenso en la primera oportunidad. Al inicio de cada máster se concretará cuáles son las pruebas de evaluación durante el curso académico. Es necesario aprobar todas las asignaturas del máster para obtener el título del mismo.



### **15. ¿Qué es el Aula Virtual?**

Es una plataforma electrónica donde se añade todo el material necesario para cursar el máster, a la que se tiene acceso durante todo el curso académico mediante un usuario que se le proporciona a cada estudiante.



### **16. ¿Quién expide los Títulos de Postgrado?**

Los Títulos Propios serán expedidos por el rector de la Universitat Jaume I en modelos normalizados.



### **17. ¿En la cantidad abonada en la matrícula se incluyen las tasas de expedición del título?**

Las tasas de emisión de título o certificado que acredite la realización del curso por parte de la Universitat Jaume I no están incluidas en el importe de la matrícula.



## 18. ¿En qué casos se puede devolver el importe de la matrícula?

Siempre y cuando se notifique la baja por escrito con una antelación de 48 horas antes del inicio del curso. Si no se cumple este plazo en la notificación de la misma no se podrá efectuar la devolución del importe.



### Pago a Plazos

---

El Grupo Cooperativo CAJAMAR ofrece condiciones especiales a los estudiantes de la Universitat Jaume I

**Oferta especial de productos y servicios**

Beneficiario ESTUDIANTES UNIVERSITAT JAUME I

*Las mejores soluciones para tu día a día y el de los tuyos.*

**GRUPO COOPERATIVO CAJAMAR**

### Bonificación Tripartita

---

#### BONIFICADO POR LA FUNDACIÓN TRIPARTITA

La formación de la FUE-UJI puede ser bonificable a través de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo (FTFE).

Para poder acceder a las ayudas para formación se deben cumplir esencialmente los siguientes requisitos:

1. El participante debe ser trabajador por cuenta ajena, (no autónomos ni administraciones públicas)
2. La formación debe ser pagada por la empresa
3. La empresa debe tener ubicación en el territorio español

Toda empresa dispone cada año de un crédito para gastar en formación. Para calcular dicho crédito hay que considerar dos factores:

1. Plantilla media del año anterior
2. Importe (total) de las bases de cotización por contingencias profesionales pagadas por la empresa en el año anterior.

A partir de ahí y en función del número de trabajadores en plantilla se aplicará un porcentaje de bonificación.



El coste máximo bonificable de cada curso dependerá del número de participantes, la modalidad y duración del curso.

Si tienen pensado realizar algún curso de los que ofrecemos en el catálogo de la FUE-UJI y quieren bonificarse, pueden ponerse en contacto con [formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es) o al teléfono 964 387212 y le asesoraremos.



**Fundación Tripartita**  
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

## Entidades Colaboradoras

---

## Entidades Colaboradoras



**Ayuntamiento de Benicassim**



**Ayuntamiento de Burriana**



**Ayuntamiento de Castellón**



**Ayuntamiento de Oropesa del Mar**

PENÍSCOLA  
AJUNTAMENT 



Ayuntamiento de Vall d'Uxó



Ajuntament  
de Vila-real



AZULIBER

**BECSA**



  
caixalmassora

 CaixaBank

  
CERACASA  
CERAMICA

  
CIVIS  
HOTELS

esmalglass·itaca  
grupo

Facsa<sup>F</sup>  
ciclo integral del agua

✓ FERRO.



GRUPO INDUSTRIAL  
**PAMESA**



**UBE**

Servicios UJI

---



Si decides hacer un Curso de Postgrado con nosotros dispondrás de tu carné de estudiante de la Universitat Jaume I y de todos los beneficios que esto supone.

**UN CAMPUS ÚNICO.** La UJI ofrece toda su formación reglada en un Único campus, moderno y atractivo, que permite unas relaciones humanas más próximas. El Campus cuenta con unas modernas instalaciones que concentran actividades académicas e investigadoras, culturales y sociales que enriquecen la vida universitaria. [www.campus.uji.es](http://www.campus.uji.es)

**PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y EMPLEO.** La Oficina de Inserción Profesional y Estancias en Prácticas (OIPEP) lleva a cabo otras acciones como la orientación y formación para el empleo, realización de ferias y jornadas de empleo, intermediación laboral, Observatorio Ocupacional, prácticas internacionales, etc. [preocupat@uji.es](mailto:preocupat@uji.es) La FUE-UJI gestiona el programa de prácticas extracurriculares voluntarias para estudiantes de postgrado, asimismo también lleva las becas para titulados universitarios en empresas. Dispone de una bolsa de empleo de titulados de postgrados propios [www.fue.uji.es](http://www.fue.uji.es).

**BIBLIOTECA.** Los alumnos matriculados en los másteres y cursos de especialización de la UJI tienen acceso a los más de 500.000 ejemplares de la Biblioteca, así como a las 54.000 revistas electrónicas y los 5.500 DVD disponibles. El Centro de Documentación Biblioteca es un centro de recursos de información que se ubica en un Único edificio y cuenta con diferentes espacios y equipos adaptados a distintas modalidades de estudio e investigación (2.100 espacios de lectura y más de 90 salas de trabajo en grupo), con un amplio horario durante todo el año. [biblioteca@uji.es](mailto:biblioteca@uji.es) <https://www.uji.es/serveis/cd/>

**CURSOS DE IDIOMAS.** La UJI dispone del Centro de Autoaprendizaje de Lenguas (CAL) donde pueden estudiarse lenguas extranjeras y donde se realizan cursos presenciales de distintos idiomas, entre ellos cursos intensivos de español y catalán. También se organizan grupos de conversación de las diferentes lenguas para perfeccionar la expresión oral.

**SERVICIO DE DEPORTES.** El Servicio de Deportes es la unidad encargada de procurar a la comunidad universitaria un bienestar añadido por medio de la formación y mejora de la condición física. El fomento de la actividad física y deportiva favorece el desarrollo de bienes y valores relacionados con la salud, los hábitos higiénicos, la competitividad y la mejora de la calidad de vida, como complemento necesario a la actividad académica normal. [se@uji.es](mailto:se@uji.es) [www.uji.es/serveis/se/](http://www.uji.es/serveis/se/)

**NUEVAS TECNOLOGÍAS.** La UJI impulsa la innovación en todos sus ámbitos y es pionera en la utilización de las nuevas tecnologías dirigidas al estudiantado: 100% de aulas multimedia, acceso wi-fi gratis a Internet en el campus, numerosas aulas de informática de acceso libre, préstamo de ordenadores portátiles y cámara de video, etc.

**AULAS MULTIMEDIA.** Las aulas del campus de la UJI disponen de las más modernas tecnologías para la docencia de los cursos de postgrado. El profesorado dispone de equipamiento audiovisual y multimedia integrado en la mesa del aula que facilita considerablemente el proceso de enseñanza-aprendizaje.

**Formulario de Inscripción**

---