



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Curso Experto en Digital Product Manager+ 10 Créditos ECTS***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Curso Experto en Digital Product Manager+ 10 Créditos ECTS

**duración total:** 450 horas

**horas teleformación:** 225 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

El comportamiento del consumidor en el mercado ha ido evolucionando a lo largo de estos años focalizando cada vez más la vista en la demanda del consumidor y no tanto en el producto en sí. El mercado se ha vuelto cada vez más competitivo y las principales formas de diferenciación se encuentran en la creación de valor y en la adaptación al cliente.

Con el Curso en Digital Product Manager aprenderás la forma de diseñar y crear valor en un producto a través de distintos métodos y técnicas muy efectivas. Además, conocerás los aspectos fundamentales del marketing digital para poder ofrecer al cliente un producto adaptado a sus necesidades.

Desde Inesem Business School trabajamos para que la formación que recibas sea útil, óptima y eficiente en tu futuro profesional. Así contamos con un completo claustro de profesores especializados en la materia y un conjunto de becas y financiación que hacen que el curso sea mucho más accesible. La modalidad online de este te permite poder ser flexible en las horas que le dedicas, adaptándonos a tu horario.



+ Información Gratis

## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Conocer, profundizar y analizar todas las técnicas y estrategias del Digital Product Management
- Estudiar el proceso y metodología de Design Thinking
- Desarrollar las metodologías Scrum y Extreme Programming (XP) y conocer las demás metodologías ágiles
- Profundizar en el Marketing Digital
- Introducirse en los conceptos de SEO, SEM y Content Management System
- Especializarse en el comercio electrónico, distinguiendo sus principales plataformas y pasarelas de pago y estudiando su diseño
- Desenvolverse en el marco legal que engloba el comercio electrónico

## *para qué te prepara*

El curso en Digital Product Manager te prepara para desenvolverte a la hora de crear productos digitales que se adapten a las demandas específicas. Podrás conocer las diferentes estrategias en el proceso de creación a través del desarrollo del proceso en Design Thinking y desarrollar las distintas metodologías ágiles. Profundizarás en los aspectos del marketing digital para que puedas ofrecerle al cliente la mejor experiencia de compra y conocerás el comercio electrónico.

## *salidas laborales*

Cuando finalice el curso serás capaz de crear productos digitales o mejorar un producto existente adaptándolo a las demandas de los consumidores, liderando así equipos de creación y diseño de productos y proyectos de I+D. Podrás optar a puesto de mayor responsabilidad tanto en distintas organizaciones como en la tuya propia, dando un impulso a tu negocio.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'Introducción al Marketing de Buscadores'
- Manual teórico 'E-Commerce'
- Manual teórico 'Digital Product Management'
- Manual teórico 'Introducción al Marketing Digital'
- Manual teórico 'Design Thinking'
- Manual teórico 'Agile Project Management'



+ Información Gratis



## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

## programa formativo

### **MÓDULO 1. DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT**

1. Del Product Manager Tradicional al Digital Product Manager
2. Canal de venta online: eCommerce y perfil del consumidor actual
3. Emprendimiento y startups
4. Introducción a las nuevas metodologías

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO DIGITAL**

1. Características del producto digital
2. Fases del producto digital
3. Product Roadmap y equipo de trabajo
4. Google Design Sprints
5. MPV: Mínimo Producto Viable
6. Escalabilidad
7. Barrera de entrada y costes de cambio (lock-in)
8. Casos de éxito

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIA Y MODELO DE NEGOCIO**

1. Modelos de negocio online
2. Herramientas para definir el modelo de negocio
3. Estrategias de Michael Porter
4. Herramienta Curva de Valor
5. Estrategia Océano Azul
6. Estrategias de crecimiento Ansoff
7. Integración vertical y horizontal
8. Buyer's Journey
9. Growth Hacking: estrategia de crecimiento
10. Funnel o embudos de conversión: corto y largo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. MODELO DE NEGOCIO LINEAL VS PLATAFORMAS**

1. Modelo lineal
2. Modelo de negocio de plataforma
3. Network Effect o Economía de Red
4. Modelo de negocio free
5. Modelo de negocio freemium
6. Casos de éxito

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO DIGITAL**

1. Estrategia de producto
2. Estrategia de precio: skimming, penetración, bundles y anclaje
3. Estrategia de distribución: principales canales
4. Estrategia de comunicación: Storybrand y Brandscript

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO DIGITAL Y MARKETING**

1. Customer Centric
2. Segmentación y principales variables
3. Segmentación ABC
4. Customer persona
5. Mapa de empatía
6. Customer Journey Mapping: touchpoints
7. Experiencia del cliente y NPS
8. Outbound Marketing vs Inbound Marketing
9. Marketing Automation: Lead Nurturing y Lead Scoring

+ Información Gratis



## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. BUSINESS ANALYTICS**

- 1.DAFO: Análisis y estrategias
- 2.Matriz BCG- Boston Consulting Group
- 3.OKR: Objetivos y resultados clave
- 4.TAM, SAM, SOM
- 5.Métricas para analizar el crecimiento
- 6.Tipos de motores de crecimiento: de pago, viral y sticky
- 7.Conversiones: CTR, CRO, Bounce Rate y Exit Rate

## **MÓDULO 2. DESIGN THINKING**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREATIVIDAD**

- 1.La creatividad y las ideas
- 2.Elementos de la creatividad
- 3.Tipos de creatividad y pensamiento
- 4.Habilidades creativas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD**

- 1.Desarrollo de las habilidades creativas
- 2.Barreras emocionales y cognitivas
- 3.La interrogación conduce a la creación
- 4.El uso del azar para crear ideas
- 5.Herramientas para la generación y combinación de ideas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PENSAMIENTO CREATIVO**

- 1.Definición de pensamiento creativo
- 2.Pensamiento creativo e innovación
- 3.Principios de la innovación
- 4.Lateral Thinking

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING**

- 1.Concepto de Design Thinking
- 2.Historia y evolución del Design Thinking
- 3.Áreas de aplicación y potenciales beneficios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PROCESO EN DESIGN THINKING**

- 1.Creatividad y desarrollo de nuevos productos
- 2.Premisas fundamentales
- 3.El proceso de innovación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE EMPATÍA, EL DESCUBRIMIENTO**

- 1.Empatía: la fase de descubrimiento
- 2.Investigación de mercado
- 3.Investigación de users
- 4.Gestión de la información
- 5.Grupos de investigación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y DELIMITACIÓN DEL PROYECTO**

- 1.La fase de definición
- 2.Desarrollo del proyecto
- 3.Gestión del proyecto
- 4.Cierre del proyecto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. DESARROLLO DEL PROYECTO, IDEA Y PROTOTIPO**

- 1.El proceso de desarrollo
- 2.Trabajo multidisciplinar
- 3.Métodos de desarrollo

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. TESTEO Y ENTREGA DEL PROYECTO**

- 1.El proceso final
- 2.Testeo final

- 3.Aprobación y lanzamiento
- 4.Medición del impacto y feedback

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. METODOLOGÍA EN DESIGN THINKING (I)**

- 1.Stakeholders Map
- 2.Inmersión Cognitiva
- 3.Interacción constructiva
- 4.Mapa mental
- 5.Moodboard
- 6.Observación encubierta
- 7.¿Qué, Cómo y por qué?
- 8.Entrevistas
- 9.Scamper
- 10.Visualización empática
- 11.World Café
- 12.Mapa de interacción
- 13.Personas
- 14.Mapa de empatía
- 15.How might we...?
- 16.Saturar y agrupar
- 17.Compartir y documentar historias

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. METODOLOGÍA EN DESIGN THINKING (II)**

- 1.Perfil de usuario
- 2.Card Sorting
- 3.Maquetas
- 4.Mapa de ofertas
- 5.Actividades de reactivación
- 6.Brainstorming
- 7.Brainwriting
- 8.Storytelling
- 9.Consejo de sabios
- 10.Impact Mapping
- 11.Lego® Serious Play®
- 12.Flor de loto
- 13.Customer journey map

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. METODOLOGÍA DESIGN THINKING (III)**

- 1.Dibujo en grupo
- 2.Evaluación controlada
- 3.Matriz de motivaciones
- 4.Role Play
- 5.Prototipado en bruto
- 6.Prototipado en imagen
- 7.Storyboard
- 8.System Map
- 9.Casos de Uso
- 10.Prototipado de la experiencia
- 11.Prototipado del servicio
- 12.Póster
- 13.Prueba de usabilidad

### **MÓDULO 3. AGILE PROJECT MANAGEMENT**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS METODOLOGÍAS ÁGILES**

- 1.Ingeniería de software, sus principios y objetivos

2. Metodologías en Espiral, Iterativa y Ágiles
3. Prácticas ágiles
4. Métodos ágiles
5. Evolución de las metodologías ágiles
6. Metodologías ágiles frente a metodologías pesadas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. AGILE PROJECT THINKING**

1. Principios de las metodologías ágiles
2. Agile Manifesto
3. User History

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA PLANIFICACIÓN ÁGIL: AGILE LEADERSHIP Y CREATIVIDAD**

1. La iteración como alternativa a la planificación lineal
2. La comunicación y la motivación
3. Características del liderazgo participativo
4. Pensamiento disruptivo y desarrollo de la idea
5. Prueba y error, learning by doing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. METODOLOGÍA EXTREME PROGRAMMING (XP)**

1. Definición y características de Extreme Programming
2. Fases y reglas de XP
3. La implementación y el diseño
4. Los valores de XP
5. Equipo y cliente de XP

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. METODOLOGÍA SCRUM**

1. La teoría Scrum: framework
2. El equipo
3. Sprint Planning
4. Cómo poner en marcha un Scrum

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. DESARROLLO DEL MÉTODO KANBAN**

1. Introducción al método Kanban
2. Consejos para poner en marcha kanban
3. Equipo
4. Business Model Canvas o lienzo del modelo de negocio
5. Scrumban

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. LEAN THINKING**

1. Introducción al Lean Thinking
2. Lean Startup

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. OTRAS METODOLOGÍAS ÁGILES Y TÉCNICAS ÁGILES**

1. Agile Inception Deck
2. Design Thinking
3. DevOps
4. Dynamic Systems Development Method (DSDM)
5. Crystal Methodologies
6. Adaptive Software Development (ASD)
7. Feature Driven Development (FDD)
8. Agile Unified Process

## **MÓDULO 4. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL**

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET**

- 1.Las F's del Marketing Online
- 2.Formas del Marketing Online
- 3.El marketing como filosofía o cultura empresarial

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL**

- 1.Marketing digital vs Marketing tradicional
- 2.Investigación comercial en marketing digital
- 3.Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
- 4.Estrategia de marketing digital
- 5.Marketing estratégico en Internet

# **MÓDULO 5. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO**

- 1.Importancia del SEO
- 2.Funcionamiento de los buscadores
- 3.Google: algoritmos y actualizaciones
- 4.Cómo salir de una penalización en google
- 5.Estrategia SEO

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM**

- 1.Introducción al SEM
- 2.Principales conceptos de SEM
- 3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
- 4.Primer contacto con google ADS
- 5.Creación de anuncios de calidad
- 6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM**

- 1.Qué es un CMS
- 2.Ventajas e inconvenientes de los CMS
- 3.WordPress y woocommerce
- 4.Prestashop y magento

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS 4**

- 1.¿Qué es Google Analytics 4?
- 2.Diferencias con respecto a Universal Analytics
- 3.Implementación de Google Analytics 4
- 4.Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
- 5.Los espacios de identidad
- 6.Ventajas de Google Analytics 4
- 7.Desventajas de Google Analytics 4

# **MÓDULO 6. E-COMMERCE**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO**

- 1.Auge del comercio online
- 2.Tipos de eCommerce
- 3.Atención al cliente
- 4.Embudos de conversión
- 5.Casos de éxito

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES PLATAFORMAS**

- 1.Principales plataformas
- 2.Gestión estratégica
- 3.Plataformas del código abierto

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO**

- 1.Introducción al Diseño Web

- 2.Accesibilidad
- 3.Usabilidad
- 4.Responsive Design
- 5.Home
- 6.Categorías
- 7.Fichas de Producto
- 8.Carrito de la compra y checkout
- 9.Principales herramientas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PASARELAS DE PAGO**

- 1.Confianza, privacidad y seguridad
- 2.Principales formas de pago

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO LEGAL**

- 1.Ley de Ordenación del Comercio Minorista
- 2.Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
- 3.Reglamento General de Protección de Datos
- 4.Ley de Consumidores
- 5.SmartContracts