INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster Digital Analyst: Analista Digital + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster Digital Analyst: Analista Digital + Titulación Universitaria

duración total: 1.500 horas ***horas teleformación:*** 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El dominio del análisis digital es crucial en la era de la información. El Master Digital Analyst se posiciona como una oportunidad de vanguardia para liderar este campo, adaptándose a las necesidades del mercado. Con una formación integral, desde los fundamentos de la analítica web, avanzando hacia la maestría en herramientas como Google Analytics, Google Tag Manager y Looker Studio, este curso abarca los horizontes expansivos de la analítica para trascender en el marketing online y el posicionamiento web.

Además, con una incursión estratégica en Business Intelligence y Big Data, los participantes no solo procesarán datos, sino que también aprenderán a convertirlos en visiones tácticas para la toma de decisiones. Este enfoque multidisciplinar honra la integralidad del analista digital moderno, esencial para quien desea liderar la transformación de datos en insights.

Elegir este Master es optar no solo por la adquisición de competencias técnicas, sino también por una visión estratégica cohesionada. Se ha diseñado para aquellos que buscan marcar la diferencia mediante una comprensión profunda del paisaje digital. Con un curso totalmente online, brindamos flexibilidad y la oportunidad de balancear la formación avanzada con las demandas contemporáneas de la vida profesional, lo que convierte este Master Digital Analyst en una decisión de alto valor para tu desarrollo y el de tu carrera.

a quién va dirigido

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

objetivos

- Dominar analítica web.
- Usar Google Analytics efectivamente.
- Profundizar en Google Tag Manager.
- Crear dashboards con Looker Studio.
- Entender analítica web básica.
- Implementar estrategias de marketing online.
- Mejorar técnicas de posicionamiento web.
- Introducirse en Big Data.
- Manejar Business Intelligence.
- Aplicar técnicas de visualización de datos.

para qué te prepara

El Master Digital Analyst está diseñado para prepararte en la disección detallada del comportamiento online mediante la analítica web y su aplicación práctica con herramientas líderes como Google Analytics y Google Tag Manager. Desarrollarás habilidades cruciales en Looker Studio para visualizar datos, y te adentrarás en el núcleo del marketing online para dominar técnicas de posicionamiento web eficaces. Además, te adentrarás en el universo del Big Data, comprendiendo su influencia en la toma de decisiones estratégicas y el uso de Business Intelligence y herramientas de visualización para transformar grandes volúmenes de datos en insights accionables.

salidas laborales

Con el Master Digital Analyst, los egresados están listos para sobresalir en el mercado laboral de la era digital. Este curso prepara para ser analista de datos web, experto en herramientas como Google Analytics, Tag Manager y Looker Studio, y especialista en marketing online y SEO. Además, el conocimiento en Business Intelligence y Big Data abre puertas a roles como Business Analyst, BI Developer y Data Scientist, siendo esenciales en la toma de decisiones basada en datos.

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).

INESEM Instituto Europeo de Estudios Empresariales

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

Centro de Formación Superior de POSTGRADO INESEM

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 direccion General | **Firma del alumno/a**

MARIA MORENO HIDALGO | **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 'Analítica Web con Google Analytics, Google Tag Manager y Looker Studio'
- Manual teórico 'Business Intelligence y Herramientas de Visualización. Vol I'
- Manual teórico 'Business Intelligence y Herramientas de Visualización. Vol II'
- Manual teórico 'Analítica Web Básica'
- Manual teórico 'Analítica Web'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'
- Manual teórico 'Big Data Introduction'

Cuaderno
de Ejercicios
Manual
de Alumno
INESEM
FORMACIÓN
CONTINUA.EU

profesorado y servicio de tutorías

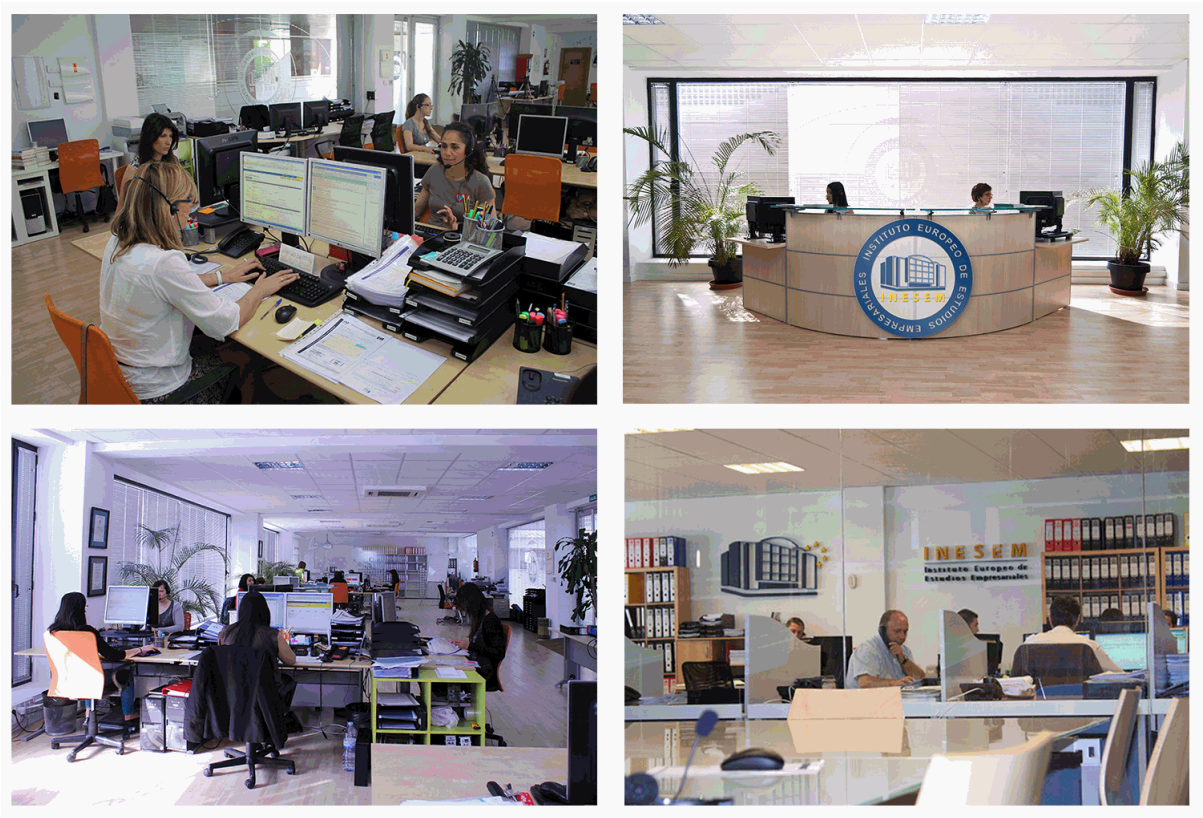
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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

PARTE 1. ANALÍTICA WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB Y SEO

1.Introducción al SEO
2.Historia de los motores de búsqueda
3.Componentes de un motor de búsqueda
4.Organización de resultados en un motor de búsqueda
5.La importancia del contenido
6.El concepto de autoridad en Internet
7.Campaña SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA WEB Y SEM

1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos en SEM
3.Sistema de pujas y Calidad del anuncio
4.Creación de una campaña
5.Creación de anuncios con calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS Y MÉTRICA WEB

1.Conceptos básicos
2.Métricas
3.Visitas
4.Visitantes
5.Páginas
6.Promedio de tiempo en una página web
7.Promedio de tiempo en un sitio web
8.Tasa de rebote
9.Tasa de salida
10.Tasa de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN DE SITIOS WEB

1.Usabilidad
2.Mapas de calor
3.Grabaciones de sesiones de usuario
4.Ordenación de tarjetas
5.Test A/B
6.Test multivariante
7.KPI, indicadores clave de rendimiento
8.Cambios a realizar para optimizar una página web
9.UNIDAQD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO, SEO
10.Importancia del SEO
11.Funcionamiento de los buscadores
12.Google: algoritmos y actualizaciones
13.Cómo salir de una penalización en Google
14.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA WEB

1.Listado de herramientas
2.Herramientas de analítica web
3.Herramientas de análisis de logs
4.Herramientas de medición mediante tags
5.Herramientas para medir el rendimiento de nuestro sitio web

+ Información Gratis

6.Herramientas para recoger información de diseño o usabilidad web
7.Herramientas que analizan nuestra actividad en redes sociales
8.Herramientas de inteligencia competitiva

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOOGLE ANALYTICS

1.¿Qué es Google Analytics?
2.Introducción a la analítica web
3.¿Como funciona Google Analytics?
4.Cookies
5.Introducción a JavaScript
6.Principios de Google Analytics
7.¿Qué es el porcentaje de rebote?
8.Página de destino
9.Conversiones
10.Objetivos
11.Eventos
12.Porcentaje de abandono
13.Visita/usuario único
14.Iniciar sesión en Google Analytics
15.Incorporar código de de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16.Verificar que Google Analytics recibe datos
17.Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18.Gestión de usuarios
19.Eliminar cuenta de Google Analytics
20.Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FUNCIONES BÁSICAS DE GOOGLE ANALYTICS

1.Introducción a las funciones de Analytics
2.Nociones básicas de Google Analytics
3.Añadir anotaciones en gráficos
4.Comparación de periodos
5.Exportar Informes
6.Añadir métricas a un gráfico
7.Crear, editar y eliminar segmentos
8.Crear un nuevo panel
9.Añadir un Widget al Panel
10.Tiempo real
11.Tipos de informes de Google Analytics: diagramas animados, gráfico por hora, día, semana, mes, etc?
12.Configuración del envío automático de informes
13.Audiencia
14.Enlazar cuenta de Google AdWords con Google Analytics
15.AdWords

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INFORMES

1.Informes de audiencia
2.Informes de adquisición
3.Informes de comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS EN REDES SOCIALES

1.Análisis del tráfico en redes sociales
2.Fijar objetivos en redes sociales
3.Facebook
4.Twitter
5.Youtube
6.Instagram
7.LinkedIn
8.Blogs
9.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 12. MOBILE ANALYTICS Y MEJORA DEL DISEÑO

1.¿Qué es Mobile Analytics?
2.Métricas
3.Google analytics para analítica móvil
4.Otras herramientas de analítica móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 13. INTRODUCCIÓN A ADOBE ANALYTICS

1.¿Qué es Adobe Analytics?
2.¿Qué podemos hacer con Adobe Analytics?
3.Principales diferencias respecto a Google Analytics
4.Conceptos Clave
5.Implementación de Adobe Analytics

PARTE 2. ANALÍTICA WEB CON GOOGLE ANALYTICS, GOOGLE TAG MANAGER Y LOOKER STUDIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB CON GOOGLE ANALYTICS

1.Introducción a la analítica web
2.Funcionamiento Google Analytics
3.Introducción e instalación de Google Analytics
4.Interfaz
5.Métricas y dimensiones
6.Informes básicos
7.Informes personalizados
8.Comportamiento de los usuarios e interpretación de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECOGIDA DE DATOS

1.Planes de medición
2.Configuración de las vistas mediante filtros
3.Métricas y dimensiones personalizadas
4.Seguimiento de eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NAVEGACIÓN E INTERFAZ

1.Informes de visión general
2.informes completos
3.Compartir informes

+ Información Gratis

4.Configuración paneles de control y accesos directos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INFORMES

1.Informes de Audiencia
2.Informes de Adquisición
3.Informes de Comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CAMPAÑAS Y CONVERSIONES

1.Campañas personalizadas
2.Realizar un seguimiento de las campañas con el Creador de URLs
3.Configuración y medición de objetivos
4.Cómo medir campañas de Google Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOOGLE ANALYTICS 360

1.Analítica avanzada
2.Informes sin muestrear
3.Google BigQuery Export
4.Integraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GOOGLE TAG MANAGER

1.Concepto y características
2.Gestión de etiquetas
3.Activadores y gestión de variables
4.Implementación y eventos
5.Tracking

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LOOKER STUDIO (GOOGLE DATA STUDIO)

1.Visualización de datos
2.Tipologías de gráficos
3.Fuentes de datos
4.Integración con Analytics
5.Creación de informes

PARTE 3. ANALÍTICA WEB BÁSICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?

1.Introducción
2.La Analítica Web: un reto cultural
3.¿Qué puede hacer la analítica web por ti o tu empresa?
4.Glosario de Analítica Web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PERFIL DEL ANALISTA WEB

1.Un nuevo perfil profesional, para una nueva actividad
2.¿Qué hace un analista web?
3.Herramientas del Analista

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS

1.Conceptos Básicos
2.Creación de una cuenta Google Analytics
3.Perfil de sitio Web
4.Código de seguimiento
5.Objetivos
6.Informes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADWORDS

1.Introducción
2.Los anuncios de Google AdWords
3.Definiciones básicas
4.Ventajas de Google AdWords
5.Google Adsense

6.Analytics VS AdWords

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A SEO

1.Introducción
2.Factores de valoración y ranking
3.Indexación de un sitio Web
4.Elegir keywords
5.Últimas conclusiones y consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANALÍTICA WEB BÁSICA. INTRODUCCIÓN

1.La analítica web en la actualidad
2.Definiendo la analítica web
3.El salto a la Analítica web moderna

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ELECCIÓN DE UNA ESTRATEGIA

1.Conocer nuestra situación
2.Seleccionando a nuestro proveedor
3.Diferencias entre proveedores
4.Seleccionar a los finalistas y realizar pruebas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ¿CÓMO MEDIR NUESTROS RESULTADOS? LAS MÉTRICAS

1.Introducción
2.Visitas y visitantes
3.Tiempo en la página y tiempo en el sitio
4.Tasa de rebote
5.Tasa de salida
6.Tasa de Conversión
7.Fidelidad
8.Identificar las “buenas” métricas
9.Cómo conseguir una buena métrica web

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BUENAS PRÁCTICAS EN LA ANALÍTICA WEB

1.Conceptos básicos
2.Los mejores informes de analítica web
3.Prácticas Indispensables

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALIZAR EL CLICKSTREAM

1.Búsqueda interna de nuestro sitio
2.Análisis de la optimización SEO
3.Tráfico de la búsqueda orgánica
4.Indexar por motores de búsqueda
5.Objetivos, ingresos y rentabilidad (ROI)
6.Búsquedas de Pago PPC
7.Tráfico Directo
8.Campañas de Mailing
9.Análisis avanzado: flash, vídeo y widgets

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA ANALÍTICA WEB

1.Las cookies de seguimiento del visitante
2.Muestreo de datos
3.Valor de los datos
4.Conciliar los datos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUANTITATIVA

1.Identificar los factores críticos
2.Otros factores que conviene medir
3.Las macro y microconversiones
4.Medir el valor económico
5.Sitios sin comercio: valores a medir

+ Información Gratis

6.Medición de sitios B2B

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUALITATIVA

1.Introducción
2.La Usabilidad Web
3.Pruebas Online y a Distancia
4.Las encuestas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. DEFINICIÓN DE KPIS

1.Definición de KPIs
2.KPI, CSF y metas
3.Principales KPIS
4.Ejemplos de KPIS
5.Supuesto práctico: Calculo de KPI con Excel.

PARTE 4. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

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. EL ENTORNO WEB

1.Compra de dominio y contratación de hosting
2.Instalación de Wordpress
3.Configuraciones iniciales
4.Themes
5.Personalización de Wordpress
6.Creación de Posts y Páginas
7.Gestión comentarios
8.Biblioteca Multimedia
9.Gestión de usuarios y roles
10.Herramientas útiles

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. POSICIONAMIENTO WEB

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 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

1.SEO local
2.SEO internacional
3.SEO para apps: ASO
4.SEO para Amazon Marketplace
5.SEO en Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

1.Auditoria de indexabilidad
2.Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3.Monitorización de marca
4.Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5.Códigos de estado y Protocolo
6.Análisis Log
7.Análisis de la taxonomía web

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (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 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS

1.Introducción
2.Tipo de Keywords
3.SEMrush
4.Sistrix
5.LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6.Herramientas gratuitas
7.Extensiones para Chrome

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1.¿Qué es el Inbound Marketing?
2.Marketing de Contenidos
3.Marketing viral
4.Video Marketing
5.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO

1.¿Qué es Black Hat SEO?
2.White Hat SEO
3.Riesgos del uso de Black Hat SEO
4.Técnicas Black Hat SEO
5.Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
6.Informe de Acciones manuales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online

PARTE 5. BUSINESS INTELLIGENCE Y BIG DATA

MÓDULO 1. BIG DATA INTRODUCTION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA

1.¿Qué es Big Data?
2.La era de las grandes cantidades de información. Historia del big data

+ Información Gratis

3.La importancia de almacenar y extraer información
4.Big Data enfocado a los negocios
5.Open Data
6.Información pública
7.IoT (Internet of Things-Internet de las cosas)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUENTES DE DATOS

1.Definición y relevancia de la selección de las fuentes de datos
2.Naturaleza de las fuentes de datos Big Data

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OPEN DATA

1.Definición, Beneficios y Características
2.Ejemplo de uso de Open Data

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASES DE UN PROYECTO DE BIG DATA

1.Diagnóstico inicial
2.Diseño del proyecto
3.Proceso de implementación
4.Monitorización y control del proyecto
5.Responsable y recursos disponibles
6.Calendarización
7.Alcance y valoración económica del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BUSINESS INTELLIGENCE Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1.Definiendo el concepto de Business Intelligence y sociedad de la información
2.Arquitectura de una solución de Business Intelligence
3.Business Intelligence en los departamentos de la empresa
4.Conceptos de Plan Director, Plan Estratégico y Plan de Operativa Anual
5.Sistemas operacionales y Procesos ETL en un sistema de BI
6.Ventajas y Factores de Riesgos del Business Intelligence

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES PRODUCTOS DE BUSINESS INTELLIGENCE

1.Cuadros de Mando Integrales (CMI)
2.Sistemas de Soporte a la Decisión (DSS)
3.Sistemas de Información Ejecutiva (EIS)

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BIG DATA Y MARKETING

1.Apoyo del Big Data en el proceso de toma de decisiones
2.Toma de decisiones operativas
3.Marketing estratégico y Big Data
4.Nuevas tendencias en management

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DEL BIG DATA AL LINKED OPEN DATA

1.Concepto de web semántica
2.Linked Data Vs Big Data
3.Lenguaje de consulta SPARQL

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTERNET DE LAS COSAS

1.Contexto Internet de las Cosas (IoT)
2.¿Qué es IoT?
3.Elementos que componen el ecosistema IoT
4.Arquitectura IoT
5.Dispositivos y elementos empleados
6.Ejemplos de uso
7.Retos y líneas de trabajo futuras

MÓDULO 2. BUSINESS INTELLIGENCE Y HERRAMIENTAS DE VISUALIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MINERÍA DE DATOS O DATA MINING Y EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO

1.Introducción a la minería de datos y el aprendizaje automático
2.Proceso KDD
3.Modelos y Técnicas de Data Mining
4.Áreas de aplicación
5.Minería de textos y Web Mining
6.Data mining y marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DATAMART. CONCEPTO DE BASE DE DATOS DEPARTAMENTAL

1.Aproximación al concepto de DataMart
2.Procesos de extracción, transformación y carga de datos (ETL)
3.Data Warehou
4.Herramientas de Explotación
5.Herramientas para el desarrollo de cubos OLAP

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DATAWAREHOUSE O ALMACÉN DE DATOS CORPORATIVOS

1.Visión General. ¿Por qué DataWarehouse?
2.Estructura y Construcción
3.Fases de implantación
4.Características
5.Data Warehouse en la nube

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTELIGENCIA DE NEGOCIO Y HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA

1.Tipos de herramientas para BI
2.Productos comerciales para BI
3.Productos Open Source para BI
4.Beneficios de las herramientas de BI

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LA VISUALIZACIÓN DE DATOS

1.¿Qué es la visualización de datos?
2.Importancia y herramientas de la visualización de datos
3.Visualización de datos: Principios básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TABLEAU

1.¿Qué es Tableau? Usos y aplicaciones
2.Tableau Server: Arquitectura y Componentes
3.Instalación Tableau
4.Espacio de trabajo y navegación
5.Conexiones de datos en Tableau
6.Tipos de filtros en Tableau
7.Ordenación de datos, grupos, jerarquías y conjuntos
8.Tablas y gráficos en Tableau

UNIDAD DIDÁCTICA 7. D3 (DATA DRIVEN DOCUMENTS)

1.Fundamentos D3
2.Instalación D3
3.Funcionamiento D3
4.SVG
5.Tipos de datos en D3
6.Diagrama de barras con D3
7.Diagrama de dispersión con D3

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GOOGLE DATA

1.Google Data Studio

UNIDAD DIDÁCTICA 9. QLIKVIEW

1.Instalación y arquitectura
2.Carga de datos
3.Informes
4.Transformación y modelo de datos

5.Análisis de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. POWERBI

1.Business Intelligence en Excel

2.Herramientas Powerbi

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CARTO

1.CartoDB