

## Máster en Digital Chief Management + 60 Créditos ECTS





Elige aprender en la escuela  
líder en formación para profesionales

# ÍNDICE

1 | Somos INESEM

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA  
EDTECH  
Group

5 | Metodología  
LXP

6 | Razones por las  
que elegir  
Inesem

7 | Programa  
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

## SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Más de un

**90%**

tasa de  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

[Ver en la web](#)





A way to learn, a way to grow  
**Elige Inesem**





**QS, sello de excelencia académica**  
Inesem: 5 estrellas en educación online

## RANKINGS DE INESEM

**INESEM Business School** ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



Ver en la web

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---

### Relaciones institucionales



### Relaciones internacionales



### Acreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)



## BY EDUCA EDTECH

Inesem es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION



Ver en la web



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas  
**PROPIOS**  
**UNIVERSITARIOS**  
**OFICIALES**



## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

### 1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia**.
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan**.
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

### 2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

### 3. Nuestra Metodología



#### 100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



#### APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



#### EQUIPO DOCENTE

Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



#### NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante



## 4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



## 5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

## Máster en Digital Chief Management + 60 Créditos ECTS



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
60 ECTS

### Titulación

---

"Doble Titulación: Titulación Propia Universitaria de Máster de Formación Permanente en Digital Chief Management expedida por la Universidad Antonio de Nebrija con 60 créditos ECTS. Titulación propia de Máster de Formación Permanente en Digital Chief Management expedida y avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales.(INESEM) ""Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."""

[Ver en la web](#)



## Descripción

El Master en Digital Chief Management es crucial para la actualidad debido al auge y la importancia de las plataformas digitales y los avances tecnológicos en las estrategias de las empresas. Actualmente las empresas operan en un entorno globalizado, digitalizado y altamente competitivo en el cual se ven obligadas a incorporar la transformación digital, o de lo contrario morirán. Este curso te proporcionará las habilidades digitales y el conocimiento de las tecnologías disponibles que necesitas para transformar digitalmente tu empresa y optimizar sus diferentes áreas de actuación, mediante metodologías ágiles, internet de las cosas, big data y marketing digital. Verás las últimas tendencias para transformar corporaciones en el nuevo paradigma tecnológico.

## Objetivos

- Dominar los conceptos clave de la transformación digital.
- Liderar e implantar en las empresas el mindset digital para su supervivencia.
- Dominar las principales tecnologías que impulsan la transformación digital.
- Aplicar estrategias de marketing digital y omnicanalidad para impulsar un negocio.

## Para qué te prepara

Este Master en Digital Chief Management está especialmente diseñado para todos aquellos profesionales y estudiantes de cualquier ámbito, que deseen especializarse en la transformación digital de empresas, asociaciones y organizaciones de todo tipo. Como emprendedor o empresario

Ver en la web

dispondrás de las herramientas necesarias para actualizar e impulsar tu negocio

## A quién va dirigido

---

Con este Master en Digital Chief Management estarás al tanto de las últimas técnicas y tendencias en el mundo de la transformación digital, adaptando los avances tecnológicos a todos los departamentos de la empresa. Tendrás un dominio teórico y práctico sobre cómo optimizar los diferentes procesos de tu empresa, aplicar tecnologías clave y dotar a tu marca de un valor añadido que bien será percibido por el cliente

## Salidas laborales

---

Tras graduarte en este Master en Digital Chief Management podrás presentarte a puestos de trabajo como e-commerce manager, Digital Chief Leader, marketer digital, director de recursos humanos, agente digitalizador, emprendedor digital y especialista en innovación y tecnología. También podrás ser consultor especialista en estrategias de transformación digital para empresas.

[Ver en la web](#)



## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. Introducción a la transformación digital
2. Concepto de innovación
3. Concepto de tecnología
4. Tipología de la tecnología
5. Punto de vista de la ventaja competitiva
6. Según su disposición en la empresa
7. Desde el punto de vista de un proyecto
8. Otros tipos de tecnología
9. La innovación tecnológica
10. Competencias básicas de la innovación tecnológica
11. El proceso de innovación tecnológica
12. Herramientas para innovar
13. Competitividad e innovación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SOCIEDAD 3.0

1. Filosofía Web 3.0 y su impacto en el mundo empresarial
2. Socialización de la Web
3. Adaptación del mundo empresarial a las Nuevas tecnologías

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVO ECOSISTEMA DIGITAL

1. Community Manager
2. Chief Data Officer
3. Data Protection Officer
4. Data Scientist
5. Otros perfiles
6. Desarrollo de competencias informáticas
7. El Papel del CEO como líder en la transformación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN EL ENTORNO DIGITAL

1. La transición digital del modelo de negocio tradicional
2. Nuevos modelos de negocio
3. Freemium
4. Modelo Long Tail
5. Modelo Nube y SaaS
6. Modelo Suscripción
7. Dropshipping
8. Afiliación
9. Infoproductos y E-Learning

## 10. Otros

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. Diagnóstico de la madurez digital de la empresa
2. Análisis de la innovación en la empresa
3. Elaboración del roadmap
4. Provisión de financiación y recursos tecnológicos
5. Implementación del plan de transformación digital
6. Seguimiento del plan de transformación digital

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. CASOS DE ÉXITO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. BBVA y la empresa inteligente
2. DKV Salud y #MédicosfrentealCOVID
3. El Corte Inglés
4. Cepsa y su apuesta por los servicios cloud de AWS

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL NUEVO CLIENTE DIGITAL

1. Rediseñando el customer experience
2. La transformación de los canales de distribución: omnicanalidad
3. Plan de marketing digital
4. Buyer's Journey
5. Growth Hacking: estrategia de crecimiento
6. El nuevo rol del marketing en el funnel de conversión

### UNIDAD DIDÁCTICA 8. NUEVOS MERCADOS, NUEVAS OPORTUNIDADES

1. Oportunidades de innovación derivadas de la globalización
2. Como Inventar Mercados a través de la Innovación
3. Etapas de desarrollo y ciclos de vida
4. Incorporación al mercado
5. Metodologías de desarrollo

### UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA INNOVACIÓN EN LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS

1. La transformación digital de la cadena de valor
2. La industria 4.0
3. Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
4. Modelos de proceso de innovación
5. Gestión de innovación
6. Sistema de innovación
7. Como reinventar las empresas innovando en procesos
8. Innovación en Procesos a través de las TIC
9. El Comercio Electrónico: innovar en los canales de distribución
10. Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
11. Caso Helvex: el cambio continuo
12. La automatización de las empresas: RPA, RBA y RDA

## MÓDULO 2. FUNDAMENTOS DEL MINDSET DIGITAL, LA NUEVA FILOSOFÍA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL NUEVO ECOSISTEMA DIGITAL

1. Nuevos mercados, canales y hábitos de consumo
2. Competencias digitales y habilidades soft del mindset digital
3. Habilidades para liderar procesos y equipos hacia la transformación digital
4. Creación de estrategias de Marketing Digital

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DEL MINDSET A LA EMPRESA

1. Funciones del perfil del mindset en la empresa
2. Nueva visión empresarial, bases del mindset digital
3. Aplicación del mindset digital a la reacción de nuevos modelos de negocios

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIGITALIZAR LA GESTIÓN Y LA ORGANIZACIÓN

1. Factores clave de éxito en un proyecto de transformación digital
2. Procedimientos de trabajo y acelerar la toma de decisiones
3. Digitalizar la mentalidad de la empresa

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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
5. Desarrollo de la cultura "people centricity" en la empresa y digitalización de procesos
6. Tool box de mejores herramientas para agilizar procesos de transformación digital

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Definición de Business Intelligence o Inteligencia de negocio
2. Obtención y análisis de información
3. Utilidad y finalidades de la inteligencia de negocio
4. Toma de decisiones estratégicas

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Componentes de la inteligencia de negocio
2. Fuentes de información
3. El proceso de extracción, transformación y limpieza de datos o ETL
4. Herramientas fundamentales para la inteligencia de negocio
5. Herramientas OLAP

## MÓDULO 3. METODOLOGÍAS ÁGILES

### 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. LA PLANIFICACIÓN ÁGIL: AGILE LEADERSHIP Y CREATIVIDAD

1. La interacción 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 3. 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 4. METODOLOGÍA SCRUM

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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 6. LEAN THINKING

1. Introducción al Lean Thinking
2. Lean Startup

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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. IOT: INTERNET DE LAS COSAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TECNOLOGÍAS APLICADAS A INTERNET DE LAS COSAS

1. La relación entre M2M e IoT
2. IoT y Smart Cities
3. Los sistemas inteligentes de transporte
4. Smart Home

### UNIDAD DIDÁCTICA 3 DISPOSITIVOS Y APLICACIONES IOT

1. Dispositivos e IoT
2. Interfaces
3. Impresión 3D

### UNIDAD DIDÁCTICA 4 SEGURIDAD EN IOT

1. La seguridad TIC
2. Tipos de seguridad TIC
3. Vulnerabilidades de IoT
4. Necesidades de seguridad específicas de IoT

### UNIDAD DIDÁCTICA 5 SISTEMAS ENERGÉTICOS BASADOS EN IOT

1. La importancia de la eficiencia energética
2. Las fuentes de consumo
3. IoT como gran aliado de las energías renovables
4. Microrredes

### UNIDAD DIDÁCTICA 6 SISTEMAS CIBERFÍSICOS

1. Contexto Sistemas Ciberfísicos (CPS)
2. Características CPS
3. Componentes CPS
4. Ejemplos de uso
5. Retos y líneas futuras

## UNIDAD DIDÁCTICA 7 INTERNET DE LAS COSAS CON ARDUINO

1. Introducción a Arduino
2. Características
3. Objetivos
4. Una vuelta por el pasado
5. El microcontrolador
6. Componentes hardware

## MÓDULO 5. RECURSOS TECNOLÓGICOS EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA

1. ¿Qué es Big Data?
2. La era de los datos masivos: antecedentes del big data
3. Las ventajas del big data
4. Big Data enfocado a los negocios
5. Open data
6. Información pública

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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
5. Ejercicios Prácticos

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL POTENCIAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

1. Introducción a la inteligencia artificial
2. Historia
3. La importancia de la IA
4. Tipos de inteligencia artificial
5. Algoritmos aplicados a la inteligencia artificial

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. RELACIÓN ENTRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y BIG DATA

1. Relación entre inteligencia artificial y big data
2. IA y Big Data combinados
3. El papel del Big Data en IA
4. Tecnologías de IA que se están utilizando con Big Data

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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. Aplicaciones del IoT en los nuevos modelos de negocio
7. Seguridad en LoT (cifrado, firmas, certificados digitales, delitos informáticos, etc)
8. Retos y líneas de trabajo futuras

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. MACHINE LEARNING

1. Concepto y principios del Machine Learning
2. Tipos de algoritmos de aprendizaje automático
3. Diferencias entre el aprendizaje automático y el deep learning
4. El futuro del aprendizaje automático
5. Ejemplos de aprendizaje automático

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. REALIDAD VIRTUAL: CAMPOS DE APLICACIÓN

1. Diferencias entre la realidad virtual y la realidad aumentada
2. Aplicaciones de la realidad virtual
3. Aplicaciones de la realidad aumentada

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS TECNOLÓGICOS

1. Blockchain: antecedentes y concepto
2. Criptomonedas: el impulso del blockchain
3. Tipos de redes blockchain: pública, privada e híbrida
4. Aplicaciones descentralizadas o DAPP's

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONTRIBUCIÓN DE LA BLOCKCHAIN A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL: POSIBILIDADES Y LIMITACIONES

1. Redes blockchain: una solución en la transformación digital
2. Interoperabilidad y compatibilidad entre plataformas blockchain
3. Riesgos y limitaciones en redes blockchain
4. Desafíos éticos derivados de la descentralización

#### MÓDULO 6. 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. CONTEXTUALIZACIÓN DEL 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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: 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 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

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 5. INBOUND MARKETING

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

### MÓDULO 7. TECNOLOGÍAS APLICADAS EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE E-LEARNING PARA APOYAR LA FORMACIÓN

1. Introducción a técnicas de E-learning
2. Internet va a incidir decisivamente en la forma de enseñar y aprender
3. Marco teórico
4. El E-learning y sus ventajas en la empresa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

1. Introducción a Herramientas para la Gestión del desempeño
2. Determinación de objetivos: desempeño, metas y tiempos
3. Medidas
4. Elección del evaluado y del evaluador
5. Momento adecuado
6. Logística
7. Comunicación
8. Seguimiento
9. Conclusión

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

1. Introducción: Herramientas de Gestión del conocimiento
2. Arquitecturas en la gestión del conocimiento: funcionalidades
3. Herramientas de búsqueda y personalización de información

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. NNTP APLICADAS A LA METODOLOGÍA DE ORIENTACIÓN Y FORMACIÓN INDIVIDUALIZADA PARA EJECUTIVOS Y PROFESIONALES

1. Introducción a la orientación y formación
2. ¿Qué es el coaching?
3. Un poco de historia
4. El compromiso con nuestros sueñosConcepto de coaching
5. Life coach o coach personal
6. Cuadro de cualidades y habilidades de un coach
7. Metodología del coaching
8. ¿Cómo trabaja el coach y qué espera de su cliente?
9. Para los futuros coaches
10. Ejercicios Interactivos. Formación en la Empresa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTRANET COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA (I)

1. Introducción a las Herramientas de Comunicación
2. Operativa en las empresas
3. Intranet
4. Las ventajas al implementar Intranet
5. Aplicaciones concretas de Intranet

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INTRANET COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA (II)

1. Justificaciones de una Intranet
2. Los Mitos generados sobre Intranet
3. ¿Qué necesitamos para tener una Intranet?
4. Estructura Organizacional
5. Intercambio de información a nivel Interno
6. Intercambio de información a nivel Externo
7. Recursos Disponibles
8. Definición de Objetivos Generales y Específicos
9. Definición de Objetivos Puntuales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. TECNOLOGÍAS APLICADAS AL DESARROLLO DEL TALENTO

1. Introducción a tecnologías para el talento
2. ¿Qué es la administración del talento humano?
3. Definición de recursos y talento humano
4. Desarrollo de una filosofía propia de la administración del talento humano
5. Proceso de formación y desarrollo del talento humano
6. Enfoque de diagnóstico a la formación
7. Estimación de las necesidades de formación
8. Selección y diseño de los programas de formación
9. Elección del contenido de la formación
10. Elección de los métodos para impartir información
11. La motivación
12. Un modelo de expectativas del proceso de motivación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS EFICIENTES EN INTERNET PARA LA SELECCIÓN DE PERSONAL

1. Introducción a la gestión de recursos humanos

2. Ventajas de usar Internet en la selección de personal
3. Ejercicios interactivos. Tecnologías de Recursos Humanos

## MÓDULO 8. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA CADENA DE SUMINISTRO, LOGÍSTICA 4.0

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA LOGÍSTICA 4.0

1. Evolución histórica de la logística y su definición
2. Cuarta revolución industrial - industria 4.0
3. Logística tradicional vs logística 4.0
4. Procesos logísticos desde el punto de vista de la logística 4.0
5. Ventajas de la logística 4.0
6. Desafíos de la logística 4.0

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOGÍSTICA 4.0 Y SU REPERCUSIÓN EN LAS EMPRESAS

1. Logística 4.0 en empresas industriales
2. Logística 4.0 en operadores logísticos y distribuidores
3. Logística 4.0 en los nuevos modelos de negocio
4. Tendencias en logística 4.0
5. Impacto de la logística 4.0 en la cadena de valor de las organizaciones
6. Uso de la logística 4.0 para mejorar la experiencia de compra

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPLEMENTACIÓN DE LA LOGÍSTICA 4.0

1. Desafíos de la implantación de la logística 4.0
2. Acciones a implantar en el ámbito de la gestión de stocks
3. Acciones a implantar en el ámbito de almacén
4. Acciones dentro del ámbito de la producción
5. Otras acciones transversales
6. Puesta en marcha de cuadros de mando logísticos

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS 4.0 RELACIONADAS CON EL APROVISIONAMIENTO

1. El aprovisionamiento dentro de la cadena de suministro
2. Ciclo de vida del producto
3. Omnicanalidad y logística 4.0
4. Digitalización de las compras (digital procurement)
5. Crowdsourcing
6. Source to pay (S2P)
7. Procure to pay (P2P)
8. Source to contract (S2C)
9. Big data
10. Data analytics

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. HIPERCONECTIVIDAD DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS

1. Internet de las cosas (IoT) aplicado a procesos logísticos
2. Cadena de suministro digital y el IoT
3. Cloud Computing



4. Sistemas integrados
5. Fabricación aditiva y simulaciones
6. Robots
7. Seguridad de la información

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA GESTIÓN ALMACENES Y DE STOCK

1. Transformación de las empresas y sus almacenes. De físico a digital
2. Sistemas de preparación de pedidos digitales (visual picking)
3. Realidad aumentada en los almacenes
4. Drones para inventarios de almacenes
5. Inventarios digitales y su importancia
6. Quick response
7. Apps para la gestión de almacenes

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

1. Tecnología para la optimización de la carga y el transporte
2. Tecnología para la optimización de cargas
3. Tecnología para la optimización del transporte
4. Sistemas Inteligentes de transporte en tiempo real (SIT)
5. Digitalización de la distribución capilar o la última milla
6. Tipos de plataformas logísticas en la Logística 4.0

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIGITALIZACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

1. Estrategias digitales de la cadena de suministro
2. Coordinación, control y KPIs de la cadena de suministro
3. Organización de los recursos humanos a través de medios digitales
4. Blockchain en la cadena de suministro

#### MÓDULO 9. ESTRATEGIAS OMNISCANAL Y CUSTOMER EXPERIENCE

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOMMERCE TRADICIONAL

1. Concepto
2. Modelos de negocio en la red
3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional
4. Relación con el cliente-proveedor
5. El proceso de compra
6. Comercio electrónico según el medio utilizado
7. Nuevas tendencias y paradigmas

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LA VENTA OMNISCANAL

1. Comprendiendo a los nuevos E-consumidores
2. Definición y diferencias entre Multicanalidad y Omniscanalidad
3. Estrategia omniscanal para superar las expectativas del consumidor
4. Ventajas vs desventajas
5. ¿Qué, cómo y a quién podemos vender?

6. Estrategias Omnicanal y el e-Commerce
7. Desafíos de los negocios online y el offline

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CANALES

1. Componentes y roles de los canales
2. Tipos de canal
3. El IOT
4. Diseño de estrategia de canales
5. Canvass Business Model
6. Desafíos en la Implementación de la estrategia de canales
7. Ejemplo caso de éxito: Nike omnichannel map

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. OMNICHANNEL CUSTOMER EXPERIENCE

1. Concepto
2. Objetivos
3. Análisis del proceso

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

1. Concepto de Customer Journey
2. Fases de un Customer Journey
3. Comportamiento webrooming y showrooming
4. Beneficios y desventajas del showrooming y el webrooming para la distribución
5. Herramientas para crear un Customer Journey
6. Nuevas tendencias

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. BUYER PERSONA, CAPTACION Y FIDELIZACIÓN

1. Introducción al Buyer Persona
2. Cómo crear tu Buyer Persona
3. Herramientas de venta y captación
4. Retención y fidelización de clientes
5. Factores fundamentales de la fidelidad del cliente
6. Marketing dirigido y personalizado
7. Experiencia del Punto de Venta

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUNTOS CLAVE Y MÉTRICAS

1. Análisis integrado
2. Customer experience en los diferentes canales
3. Análisis de puntos de contacto
4. Principales KPIs
5. Comunicación y colaboración interdepartamental

#### MÓDULO 10. PROYECTO FIN DE MASTER

## Solicita información sin compromiso

**¡Matricularme ya!**

### Teléfonos de contacto

 +34 958 050 240

### **!Encuétranos aquí!**

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,  
Oficina 34, C.P. 18200, Maracena (Granada)

 [formacion.continua@inesem.es](mailto:formacion.continua@inesem.es)

 [www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

### Horario atención al cliente

Lunes a Jueves: 09:00 a 20:00

Viernes: 9:00 a 14:00

Ver en la web

