



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Digital Management: Planificación y Gestión de la Empresa 4.0

+ Información Gratis

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

Máster en Digital Management: Planificación y Gestión de la Empresa 4.0

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

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En un mundo digitalizado y globalizado, las empresas buscan incorporar modelos de negocio enfocados en entornos digitales que aprovechen las numerosas oportunidades que el entorno ofrece. Dicha estrategia requiere de profesionales sumergidos en procesos digitales y que apliquen un enfoque estratégico desde el mindset digital a la vez que controlen sistemas de gestión de la empresa como son el ERP.

Este Master en Digital Management: Planificación y Gestión de la Empresa 4.0 ofrece al alumno las habilidades prácticas y conocimientos requeridos para liderar la transformación digital de su empresa, posicionándola por encima de la competencia.

INESEM pone a disposición del alumno un plan de estudios flexible, contenidos actualizados y el mejor equipo docente especializado.



+ 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

Liderar la transformación digital de tu empresa.

Aplicar el mindset digital con éxito en la elaboración y gestión de modelos de negocio digitales.

Dominar los conocimientos requeridos para desarrollar productos digitales enfocados a mejorar el customer experience.

Dominar aspectos del marketing digital como son el marketing de buscadores, marketing inbound y RRSS.

Gestionar con éxito los sistemas de información empresarial CRM y ERP para automatizar procesos.

para qué te prepara

Este Master en Digital Management: Planificación y Gestión de la Empresa 4.0 te prepara para aplicar el mindset digital con éxito en tu empresa de cara a desarrollar estrategias digitales con éxito. Aprende distintas disciplinas de la gestión empresarial a nivel digital como es el marketing digital, sistemas de gestión de la información, comunicación con el cliente, creación de productos digitales y estrategia empresarial.

salidas laborales

Gracias a este Master en Digital Management: Planificación y Gestión de la Empresa 4.0 adquirirás las capacidades requeridas para aspirar a puestos de responsabilidad en transformación digital y gestión empresarial en el entorno online. Emprende tu propio negocio o bien conviértete en responsable de marketing digital, producto o transformación digital de tu empresa.

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 'Estrategia de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'Modelos de Negocios Digitales'
- Manual teórico 'Fundamentos del Mindset Digital, la Nueva Fisiología para el Desarrollo Empesarial'
- Manual teórico 'Product Designer y User Experience (UX)'
- Manual teórico 'Introducción al Marketing Digital'
- Manual teórico 'Análítica Web y Big Data'
- Manual teórico 'Administración del Sistema Operativo en Sistemas ERP-CRM'
- Manual teórico 'Administración del Gestor de Datos en Sistemas ERP-CRM'
- Manual teórico 'Gestión de Clientes y CRM'



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 ineseem 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. 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 2. MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES

1. Los nuevos modelos de negocio de la era digital
2. Características y transformación en los nuevos entornos empresariales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL DESARROLLO DEL NEGOCIO ONLINE

1. Cómo iniciar un proyecto de negocios online
2. El análisis de la solidez del futuro del negocio online
3. Objetivos: ¿Tienda virtual, escaparate o canal de comunicación?
4. Riesgos antes de comenzar con el negocio online
5. Casos de éxito: Negocios que funcionan en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CLIENTE DIGITAL

1. Cliente Digital
2. Marketing Digital, Reputación y Marca
3. Desarrollo de Clientes en la nueva era digital

4. Metodologías BB
5. Habilidades de Comunicación
6. Social Media Strategy
7. Mobile Business
8. Comercio Electrónico
9. Posicionamiento en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS NUEVAS APTITUDES DIGITALES

1. Community Manager, Chief Data Officer, Data Protection Officer, Data Scientist
2. Desarrollo de competencias informáticas
3. Función de RR HH en la transformación digital de la empresa: formación, acompañamiento

MÓDULO 3. PRODUCT DESIGNER Y USER EXPERIENCE (UX)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. La usabilidad Conceptos clave
2. Atributos
3. Complejidad e importancia de la usabilidad
4. Usabilidad aplicada a un proyecto
5. Mejoras de la usabilidad al producto final
6. Procesos y herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE MARCA (BRANDING-REPUTACIÓN ONLINE)

1. ¿Qué es una marca?
2. Branding
3. Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio
4. Técnicas de branding e identidad corporativa
5. Branding en la red: uso de Internet y redes sociales
6. Tendencias
7. La importancia de la reputación online
8. Situación de partida
9. Creación de la reputación online
10. Plan de gestión de crisis
11. Análisis de la reputación online
12. Conclusión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EXPERIENCIA DE USUARIO -UX

1. Definición
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI's
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

1. Introducción al customer journey
2. Fases de la experiencia de cliente
3. Propuestas de mejora
4. Herramientas para crear un Customer Journey
5. Tendencias
6. Introducción al Buyer persona
7. Cómo crear tu Buyer Persona
8. Herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTORNO MOBILE

1. Importancia del Mobile Marketing
2. Estrategia Mobile Marketing
3. Social Mobile Marketing

4. Tipos de aplicaciones

5. Mcommerce

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

1. Orientaciones de diseño web y dispositivos

2. Fundamentos de diseño centrado en el usuario

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FORMAS DE ENFOCAR LA USABILIDAD

1. Complejidad transdisciplinar

2. Pirámide de prioridades de la usabilidad

3. Proceso general

4. El ciclo diseño-investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTERFAZ DE USUARIO -UI

1. Elementos de la interfaz

2. Diseño basado en las percepciones

3. Fundamentos del diseño de interacción

4. Moodboards

5. Qué es el IxD

UNIDAD DIDÁCTICA 9. IMPLEMENTACIÓN Y OPTIMIZACIÓN

1. Implementar desde el punto de vista de la usabilidad

2. Conseguir resultados reales

3. Optimización web desde la usabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EQUIPOS DE USABILIDAD

1. ¿Qué son?

2. Trabajo multidisciplinar y multitarea

3. Métodos de trabajo del equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ROLES

1. Diversidad de roles y funciones

2. UX Researcher

3. UX Writer

4. UI/UX Prototyping Developer

5. Web Developer

6. Interaction Designer

7. Visual Designer

8. Motion Designer

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

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

+ Información Gratis

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 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa

- 4.Optimización del canal
- 5.Creación de contenidos
- 6.Gestión de comentarios
- 7.Youtube Analytics
- 8.Youtube vs Vimeo
- 9.Keyword Tool
- 10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

- 1.Introducción a Twitch
- 2.El éxito de Twitch
- 3.Generar suscriptores en Twitch
- 4.Contenidos y recomendaciones
- 5.Twitch e influencers
- 6.Streamlabs
- 7.Publicidad en Twitch
- 8.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

- 1.¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
- 2.Creación de contenido en TikTok
- 3.Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
- 4.El papel del marketing en Tiktok
- 5.Tiktok e influencers
- 6.Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

- 1.Introducción a Facebook Ads
- 2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
- 3.Segmentación: públicos
- 4.Presupuesto
- 5.Formatos de anuncios
- 6.Ubicaciones
- 7.Administrador de anuncios
- 8.Seguimiento y optimización de anuncios
- 9.Power Editor
- 10.Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

- 1.Introducción a Instagram Ads
- 2.Objetivos publicitarios
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Presupuesto
- 6.Instagram Partners
- 7.Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

- 1.Objetivos publicitarios
- 2.Audiencias en Twitter
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Creación de campañas y optimización
- 6.Twitter Cards
- 7.Instalación código de seguimiento
- 8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

- 1.Introducción a LinkedIn Ads
- 2.Formatos de anuncios
- 3.Objetivos publicitarios
- 4.Creación de campañas
- 5.Segmentación
- 6.Presupuesto
- 7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

- 1.Ventajas de la publicidad en Youtube
- 2.Youtube y Google Adwords
- 3.Tipos de anuncios en Youtube
- 4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
- 5.Creación de anuncios desde Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 14. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

- 1.Introducción a TikTok Ads Manager
- 2.Creación de una campaña de publicidad en TikTok
- 3.Tipos de contenidos y herramientas clave
- 4.Seguimiento y monitorización de los resultados

MÓDULO 6. 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 7. ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

- 1.¿Qué es el Inbound Marketing?
- 2.Marketing de Contenidos

- 3.Marketing viral
- 4.Video Marketing
- 5.Reputación online
- 6.Importancia del funnel o embudo de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASE DE ATRACCIÓN

- 1.Sistema de Gestión de contenidos CSM
- 2.Los blogs Wordpress
- 3.Posicionamiento SEO
- 4.Social Media

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE CONVERSIÓN

- 1.Introducción
- 2.Formularios
- 3.Call to action
- 4.Landing Pages
- 5.Pruebas A/B
- 6.Optimización de la tasa de conversión (CRO)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE

- 1.Introducción
- 2.Marketing Relacional
- 3.Gestión de relaciones con los clientes CRM
- 4.Email marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE

- 1.Introducción
- 2.Encuestas
- 3.Contenido inteligente
- 4.Monitorización Social

MÓDULO 8. ANALÍTICA WEB Y BIG DATA

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. 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 3. 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
- 6.Medición de sitios B2B

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUALITATIVA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN DE KPIS

- 1.Definición de KPIs
- 2.KPI, CSF y metas

- 3.Principales KPIS
- 4.Ejemplos de KPIS
- 5.Supuesto práctico. Cálculo de KPI con Excel

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CI. INTELIGENCIA COMPETITIVA

- 1.Introducción
- 2.Recopilar datos de Inteligencia Competitiva
- 3.Análisis del tráfico de sitios web
- 4.Búsquedas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANALÍTICA WEB 2.0. MÓVILES Y VÍDEOS

- 1.Introducción
- 2.La nueva web social y como medir datos
- 3.Las aplicaciones
- 4.Analizar el comportamiento desde el móvil
- 5.Analizar el rendimiento de los vídeos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB 2.0. REDES SOCIALES

- 1.Análisis de Blogs
- 2.Coste y beneficios de escribir en un blog
- 3.Nuestro impacto en Twitter
- 4.Métricas para Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROBLEMAS Y SOLUCIONES DE LA ANALÍTICA WEB

- 1.La calidad de los datos
- 2.Obtener datos válidos
- 3.¿En qué basarnos para la toma de decisiones?
- 4.Beneficios de análisis multicanal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MÁS ALLÁ DE LOS DATOS

- 1.Segmentación en base al comportamiento
- 2.Predicción y minería de datos
- 3.Rumbo a la analítica inteligente

UNIDAD DIDÁCTICA 11. DEL BIG DATA AL LINKED OPEN DATA

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

MÓDULO 9. GESTIÓN DE CLIENTES Y CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PAPEL DEL CRM EN LA EMPRESA

- 1.El papel del CRM en el marketing de la empresa
- 2.Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
- 3.Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
- 4.Estructura de la organización del CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA ESTRATEGIA CRM

- 1.Definición de estrategia CRM
- 2.Las fuerzas del cambio
- 3.Orientación al cliente
- 4.Integración del CRM en nuestra estrategia online
- 5.Elementos de un programa CRM
- 6.Medición y análisis de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ECRM

- 1.eCRM como expansión de la estrategia CRM
- 2.Social CRM
- 3.Componentes del eCRM
- 4.Implantación del eCRM

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEL CRM AL CEM

- 1.Customer Relationship Management vs. Customer Experience Management
- 2.La experiencia vista desde la parte interna de la empresa
- 3.La innovación en el CEM
- 4.Procesos colaborativos: Crossuser & Crowdsourcing
- 5.Impacto del CEM en la estrategia empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM EN LA EMPRESA

- 1.Lealtad y fidelidad de los clientes
- 2.Reducción del coste por cliente nuevo
- 3.Cross Selling (venta cruzada)
- 4.Up Selling (ventas añadidas)
- 5.Mayor eficiencia y productividad comercial
- 6.Reducción de costes en comunicación
- 7.No existen duplicidades (en procesos y datos)
- 8.Conocimiento del mercado y de nuestro target

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM PARA EL CLIENTE

- 1.La empresa conoce las necesidades del cliente
- 2.Aumento en la satisfacción del cliente
- 3.Trato personalizado con el cliente
- 4.Cliente único en la base de datos
- 5.Mejora del servicio prestado al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ÁREAS PRINCIPALES DEL CRM

- 1.Servicio al cliente
- 2.La estructura del Call Center
- 3.Tipos de Call Center
- 4.La función del CRM para el Call Center
- 5.El sistema de automatización de ventas

MÓDULO 10. ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA OPERATIVO EN SISTEMA ERP-CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA OPERATIVO EN SISTEMAS ERP-CRM

- 1.Parámetros de configuración del sistema operativo en sistemas ERP-CRM: definición, tipología y uso
- 2.Herramientas software para monitorizar procesos, eventos y rendimiento del sistema, y para la gestión del almacenamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUCESOS Y ALARMAS DEL SISTEMA OPERATIVO

- 1.Envío de alarmas de aviso ante un problema en el sistema operativo
- 2.Trazas y ficheros de confirmación de los procesos realizados (logs)
- 3.Características y tipos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INCIDENCIAS DEL SISTEMA OPERATIVO

- 1.Trazas del sistema (logs)
- 2.Incidencias: identificación y resolución

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ADMINISTRACIÓN DEL GESTOR DE DATOS EN SISTEMAS ERP-CRM

- 1.Parámetros de configuración del gestor de datos en sistemas ERP y CRM: definición, tipología y usos
- 2.Herramientas software para la gestión del almacenamiento y para monitorizar procesos, eventos y rendimiento de base de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SUCESOS Y ALARMAS DEL GESTOR DE DATOS EN SISTEMAS ERP-CRM

- 1.Envío de alarmas de avisos en el gestor de datos
- 2.Trazas y ficheros de confirmación de los procesos realizados (logs)
- 3.Características y tipos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE MANTENIMIENTO EN SISTEMAS DE ERP-CRM

- 1.Procesos de los sistemas ERP y CRM
- 2.Parámetros de los sistemas que influyen en el rendimiento

3.Herramientas de monitorización y de evaluación del rendimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRANSPORTE DE COMPONENTES ENTRE ENTORNOS DE DESARROLLO, PRUEBA Y EXPLOTACIÓN EN SISTEMAS DE ERP-CRM

1.Control de versiones y gestión de los distintos entornos

2.Arquitecturas de los distintos entornos según el sistema operativo

3.El sistema de intercambio de información entre distintos entornos: características y elementos que intervienen

4.Errores en la ejecución del transporte: tipos y solución

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROCESOS DE EXTRACCIÓN DE DATOS EN SISTEMAS DE ERP-CRM

1.Características y funcionalidades

2.Procedimiento de ejecución

3.Resolución de incidencias; trazas de ejecución

MÓDULO 11. ADMINISTRACIÓN DEL GESTOR DE DATOS EN SISTEMAS ERP-CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE MANTENIMIENTO EN ALMACÉN DE DATOS

1.Procesos de los sistemas de almacén de datos

2.Parámetros de los sistemas que influyen en el rendimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO

1.Herramientas de monitorización y de evaluación del rendimiento: características y funcionalidades

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN EL ALMACÉN DE DATOS

1.Trazas del sistema (logs)

2.Incidencias: identificación y resolución

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TRANSPORTE DE COMPONENTES ENTRE ENTORNOS DE DESARROLLO, PRUEBA Y EXPLOTACIÓN EN ALMACÉN DE DATOS

1.El sistema de transmisión de información

2.Entornos de desarrollo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ERRORES EN LA EJECUCIÓN DEL TRANSPORTE

1.Tipos de errores

2.Resolución de problemas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROCESOS DE EXTRACCIÓN DE DATOS EN SISTEMAS DE ALMACÉN DE DATOS

1.Características y funcionalidades

2.Procedimientos de ejecución

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INCIDENCIAS EN EL PROCESO DE EXTRACCIÓN DE DATOS

1.Trazas de ejecución

2.Resolución de incidencias

MÓDULO 12. PROYECTO FIN DE MÁSTER