

## Máster en Digital Product Management & Consulting + 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 multidisciplinarios 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 Product Management & Consulting + 60 Créditos ECTS



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
60 ECTS

### Titulación

Titulación de Máster de Formación Permanente en Digital Product Management & Consulting con 1500 horas y 60 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



#### INESEM BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas  
expide el presente título propio

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### NOMBRE DEL CURSO

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Inesem Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

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

NOMBRE ALUMNO/A  
Firma del Alumno/a

NOMBRE DE ÁREA MANAGER  
La Dirección Académica



Con Estatuto Consultivo, Colegiado Especial del Consejo Económico y Social de la UNEDD (Buenas Prácticas de Negocio)

Ver en la web

## Descripción

---

En un entorno globalizado y digitalizado prácticamente todas las empresas requieren de la figura de un especialista en entornos digitales, donde este desarrolle un producto digital que realmente genere rentabilidad y aproveche las oportunidades únicas que se presentan. El master online en Digital Product Management & Consulting reúne todas las técnicas, habilidades y conocimientos requeridos para llevar a cabo la transformación digital de una empresa desde un punto de vista estratégico. Crea modelos de negocio y productos digitales disruptivos que marquen la diferencia con la competencia y sean capaz de viralizarse y alcanzar un gran número de clientes. Este máster proporciona los contenidos actualizados junto a un equipo docente especializado y cercano, con un método de estudio flexible.

## Objetivos

---

- Aplicar metodologías innovadoras como design thinking, Agile o Midset Digital en el desarrollo de nuevos productos
- Comprender los aspectos más importantes de un producto digital y de un modelo de negocio disruptivo.
- Diseñar un producto digital enfocado a mejorar la experiencia y la usabilidad.
- Desarrollar aplicaciones móviles y digitalizar productos físicos.
- Comprender ciertos aspectos clave del marketing digital
- Aplicar la consultoría enfocada en tecnología e I+D+I.

## Para qué te prepara

---

El master online en Digital Product Management & Consulting va dirigido a aquellos consultores estratégicos de empresas, emprendedores o bien estudiantes y profesionales del marketing digital, responsables de producto, informáticos y otros relacionados, que deseen enfocarse en la mejora o diseño de nuevos productos digitales o modelos de negocio y transformación digital.

## A quién va dirigido

---

Este master online en Digital Product Management & Consulting te prepara para comprender las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno digital de cara a afrontar la transformación digital de la empresa con éxito. Identifica las mejores ideas de negocio para tu producto digital y comprende los pasos y elementos necesarios para desarrollar este con éxito. Marca la diferencia respecto a tu competencia y mejora tu rentabilidad.

## Salidas laborales

---

Gracias a este master online en Digital Product Management & Consulting tendrás la oportunidad única de mejorar tu empleabilidad y desempeño laboral en un área muy demandada y que requiere alta especialización. Conviértete en un product digital manager o en un consultor estratégico enfocado en la transformación digital y diseño de nuevos modelos de negocio para empresas.

[Ver en la web](#)



## TEMARIO

---

### 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

## 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. AGIL 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. Adaptative Software Development (ASD)
7. Feature Driven Development (FDD)
8. Agile Unified Process

## MÓDULO 4. 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 5. 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 6. 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 7. FUNDAMENTOS DEL DESARROLLO Y DISEÑO DE APLICACIONES MÓVILES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES

1. ¿Qué es una aplicación móvil?
2. Tipos de apps
3. Etapas en el desarrollo de una app
4. Testeo de aplicaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SISTEMA OPERATIVO ANDROID

1. Introducción e historia
2. Histórico de versiones por API
3. Características y arquitectura
4. Guías de estilo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL SISTEMA OPERATIVO IOS

1. Introducción e historia
2. Histórico de versiones y mejoras
3. Características y arquitectura
4. Guías de estilo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. MODELO DE DATOS O LÓGICA

1. Codificación de la lógica según la tipología de la APP
2. ¿Qué debe hacer nuestra lógica o modelo de datos?
3. Implementación
4. Generación de binarios y distribución en los Market places
5. Mantenimientos y actualización de la APP en los Market places

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN AL PROTOTIPADO DE APPS

1. Conceptos generales: sketch, mockups, wireframes y prototipos
2. Arquitectura de la información
3. Importancia del prototipado
4. Herramientas de prototipado

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. USABILIDAD Y EXPERIENCIA DE USUARIO EN EL DISEÑO DE APPS

1. Principios de la experiencia de usuario
2. Diseño centrado en el usuario: Metodología DCU
3. Principios de usabilidad en móviles
4. Pruebas de usabilidad y UX en entornos móviles

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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

#### MÓDULO 8. DIGITALIZACIÓN DE PRODUCTOS FÍSICOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA DIGITALIZACIÓN

1. ¿En qué consiste el modelado digital de productos?
2. Métodos de clasificación
3. Principales tecnologías utilizadas para escaneo y digitalización 3D
4. Diferencia entre digitalización y transformación digital

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MODELOS DIGITALES

1. Digitalización
2. Clasificación de los modelos digitales
3. Modelos 3D
4. Proceso de modelado
5. Formato de modelos 3D

6. Mercado de los modelos 3D

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GEOMETRÍAS DIGITALES

1. Introducción a la geometría
2. Tipos de geometrías
3. Análisis de formas (geometría digital)
4. Maquetas digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIGITALIZACIÓN PARA LAS EMPRESAS

1. Digitalización en las empresas
2. Producción física y digital
3. Pasos a seguir para digitalizar productos de una empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRODUCTOS DIGITALES

1. ¿Qué son los productos digitales?
2. Tipos de productos digitales
3. ¿Qué es el diseño 3D?
4. Gráficos 3D por ordenador

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TECNOLOGÍAS DE DIGITALIZACIÓN

1. Escáner 3D
2. Escanear un objeto en 3D
3. Métodos de digitalización 3D
4. Creación de modelos 3D
5. Sistemática de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DIGITALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS

1. Introducción al programa
2. Requisitos
3. Instalación
4. Crear un diseño 3D paso a paso
5. Exportar un modelo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. RENDERIZADO DE UN MODELO DIGITAL

1. ¿Qué es el renderizado?
2. Introducción al programa
3. Instalación
4. Importar un modelo
5. Renderizado de un diseño 3D paso a paso
6. Finalización

MÓDULO 9. 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 10. ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMERCIO ELECTRÓNICO: CONCEPTOS GENERALES

1. Comercio electrónico: definición y ámbito
2. Características del comercio electrónico
3. Comercio electrónico a través de plataformas y canales digitales
4. Seguridad en las transacciones on-line

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. NEGOCIO ELECTRÓNICO: CONCEPTOS GENERALES

1. Negocio electrónico: definición y ámbito
2. Características principales de los servicios de negocio electrónico

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Marketing directo a través de la red

2. Uso de los canales digitales en la estrategia de marketing
3. Tiendas on-line, plataformas multicanales y redes sociales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Enfoque inicial
2. Análisis de necesidades
3. Análisis del comportamiento del consumidor on-line
4. Elaboración de un guion con "preguntas tipificadas"

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS CANALES DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA (SMS, CORREO ELECTRÓNICO, CHAT, REDES SOCIALES, ETC

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS DE MANTENIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO: ASPECTOS LEGALES Y ÉTICOS

1. Sitios web de comercio electrónico / derecho de información precontractual en las tiendas virtuales
2. Términos contractuales en relación a las ventas, distribución y servicio post venta
3. Modalidades de entrega del producto o prestación del servicio
4. Medios de pago
5. Normas de conducta en la comunicación comercial

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMAS DE INFORMACIÓN

1. Funciones de la plataforma de servicio al cliente para las operaciones entrantes (voz, respuesta interactiva a través de voz, correo electrónico, fax, correo, mensajería instantánea) y para las operaciones de salida (voz, correo electrónico, fax, chat on-line, mensajería instantánea y mensajes telefónicos SMS)

#### MÓDULO 11. FUNDAMENTOS EN CONSULTORÍA TECNOLÓGICA E I+D+I

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS CONCEPTOS DE CONSULTORÍA

1. ¿En qué consiste el proceso de consultoría?
2. Características y habilidades del consultor tecnológico
3. La gestión de servicios TI
4. Gestión de procesos de negocio (BPM)

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN ESTRATÉGICO DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

1. ¿Qué es un PETI?
2. Gobierno de las TI
3. Perspectiva general de la metodología PETI
4. Fases de la metodología PETI

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

1. Definición de la gestión de la innovación
2. Concepto y tipos de innovación
3. Fundamentos de la innovación tecnológica
4. El proceso de I+D+I y modelos de gestión
5. Agentes, actividades y técnicas de gestión de la innovación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. VIGILANCIA TECNOLÓGICA

1. Tipos de vigilancia tecnológica
2. Aspectos esenciales de la vigilancia tecnológica
3. Búsqueda de información
4. Implantación de la vigilancia tecnológica

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTUDIO DE LA TENDENCIA TECNOLÓGICA

1. Introducción
2. Concepto y nociones esenciales de la prospectiva tecnológica
3. Tipología de técnicas para la prospectiva tecnológica
4. Requisitos de implantación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL BENCHMARKING

1. Importancia del benchmarking
2. Delimitación y beneficios del benchmarking
3. Clasificación de las técnicas benchmarking
4. Requisitos y etapas del benchmarking

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA CADENA DE VALOR

1. Origen del término Cadena de Valor
2. Análisis de la Cadena de Valor
3. Actividades de valor y margen
4. Clasificación de Cadenas de Valor
5. Fases de la creación de la Cadena de Valor

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. REQUISITOS DE UN PROYECTO DE I+D+I

1. Norma UNE 166001
2. Ventajas de su aplicación
3. ¿Qué se considera proyecto de I+D+I?
4. Elementos esenciales de un proyecto de I+D+I

#### MÓDULO 12. PROYECTO FIN DE MÁSTER

## 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

