



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

***Máster en Design Thinking y Metodologías de Innovación aplicadas a la Transformación Digital y el Emprendimiento + Titulación Universitaria***

+ Información Gratis

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

# ***Máster en Design Thinking y Metodologías de Innovación aplicadas a la Transformación Digital y el Emprendimiento + Titulación Universitaria***

**duración total:** 1.500 horas

**horas teleformación:** 450 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## **descripción**

Este Master en Design Thinking y Metodologías de Innovación aplicadas a la Transformación Digital y el Emprendimiento le ofrece una formación especializada en la materia. Si tiene interés en la dirección empresarial y desea aprender las técnicas para gestionar la innovación y aplicar las diferentes tecnologías que ayuden a un mejor desempeño del trabajo este es su momento, con el Curso de Especialista en Gestión de Innovación y Tecnología de las Organizaciones podrá adquirir los conocimientos oportunos para desenvolverse profesionalmente en este entorno. Gracias a este Master en Design Thinking y Metodologías de Innovación aplicadas a la Transformación Digital y el Emprendimiento podrá realizar estrategias de innovación tecnológica en este entorno, así como aplicar proyectos de este tipo.



**+ 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*

El Máster Emprendimiento tiene los siguientes objetivos: - Aplicar la tecnología como recurso estratégico. - Conocer los tipos de tecnología para la cooperación tecnológica. - Realizar estrategias de transferencia de tecnología. - Aplicar proyectos de innovación tecnológica. - Conocer las estrategias corporativas dentro de la empresa. - Aprovechar las oportunidades de innovación derivadas de la globalización. - Aplicar procesos de innovación en productos y servicios. - Conocer los aspectos clave sobre la creatividad innovadora. - Aprender todo lo relacionado con el Design Thinking. - Conocer el desarrollo del Design Thinking aprendiendo sobre sus principales valores: Generación de empatía, Trabajo en equipo, Generación de Prototipos, técnicas con un gran contenido visual, y todo ello bajo una atmósfera en la que se promueve lo lúdico. - Conocer los fundamentos generales del marketing. - Adquirir conocimientos sobre el marketing sensorial o sensitivo. - Aplicar las tecnologías y técnicas del neuromarketing. - Conocer las técnicas tanto cualitativas y cuantitativas para conocer el comportamiento del consumidor. - Aplicar el neuromarketing para dar soluciones al mercado. - Conocer las técnicas neurocientíficas en el neuromarketing. - Dotar a los alumnos de una visión de cómo afrontar un proyecto de Cloud Computing. - Conocer las características y aprender a distinguir los principales modelos de nubes: IaaS, PaaS, SaaS y XaaS, entre otros. - Realizar un estudio pormenorizado de las nubes públicas, privadas e híbridas, conociendo cuál puede ser la mejor alternativa para la implantación en su negocio. - Conocer con profundidad las implicaciones de seguridad y auditoría que supone trabajar con información en la nube.

## *para qué te prepara*

Este Master en Design Thinking y Metodologías de Innovación aplicadas a la Transformación Digital y el Emprendimiento le prepara para conocer a fondo el entorno de la innovación y tecnología en el entorno empresarial, realizando proyectos y estrategias para su gestión profesional.

***salidas laborales***

## 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 'Business Intelligence y Herramientas de Visualización. Vol I'
- Manual teórico 'Business Intelligence y Herramientas de Visualización. Vol II'
- Manual teórico 'Neuromarketing'
- Manual teórico 'Cloud Computing'
- Manual teórico 'Design Thinking'
- Manual teórico 'Gestión de Innovación y Tecnología de las Organizaciones'
- Manual teórico 'Desarrollo de la Creatividad e Innovación Empresarial y Profesional'
- Manual teórico 'Big Data Introduction'





## 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

# PARTE 1. GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. APLICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA COMO RECURSO ESTRATÉGICO

- 1.Tecnología
- 2.Aplicaciones tecnológicas en las organizaciones
- 3.Clasificación de la tecnología en la organización
- 4.Procesos para la planificación del cambio de tecnología

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- 1.Conceptos generales de la innovación tecnológica
- 2.Competencias de la innovación tecnológica
- 3.Competitividad e innovación
- 4.Innovación tecnológica: Proceso

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- 1.Naturaleza del entorno ante el cambio tecnológico
- 2.Proceso de definición de estrategia tecnológica
- 3.Tipos de estrategias tecnológicas
- 4.Planes tecnológicos para la gestión de la tecnología

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESO DE COOPERACIÓN TECNOLÓGICA

- 1.Enfoques de la cooperación tecnológica entre diferentes organizaciones
- 2.Evolución histórica
- 3.Modalidades de cooperación
- 4.Conceptos generales sobre fusiones, adquisiciones y conglomerados
- 5.Tipos de Alianzas estratégicas tecnológicas
- 6.Tipología de tecnologías para la cooperación tecnológica

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESO DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA 91

- 1.Generalidades
- 2.Proceso de transferencia de tecnología: Análisis
- 3.Organización del proceso
- 4.Aplicación de estrategias de transferencia de tecnología
- 5.Tipología de elementos de apoyo

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE PROTECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

- 1.Conceptos básicos
- 2.Tipos de protección de la tecnología
- 3.Derechos de autor
- 4.Propiedad industrial
- 5.Propiedad intelectual

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. VIGILANCIA TECNOLÓGICA E INTELIGENCIA COMPETITIVA

- 1.Proceso de vigilancia del entorno empresarial
- 2.Tipos y aplicación de sistemas de vigilancia tecnológica
- 3.Equipos para la vigilancia tecnológica
- 4.Inteligencia competitiva

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- 1.Aspectos esenciales de proyectos de innovación
- 2.Ciclo de vida de un proyecto de innovación
- 3.Proceso de organización del proyecto
- 4.Técnicas de dirección del proyecto
- 5.Fase de evaluación del proyecto

## PARTE 2. DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y PROFESIONAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO ESTRATÉGICO DE LA INNOVACIÓN

- 1.La innovación, las personas y la sociedad del conocimiento.
- 2.Estrategias competitivas.
- 3.I+D+i.
- 4.Políticas de apoyo.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INNOVACIÓN EN MERCADOS

- 1.Oportunidades de innovación derivadas de la globalización.
- 2.Como Inventar Mercados a través de la Innovación.
- 3.Nuevos Mercados, nuevas oportunidades.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

- 1.Etapas de desarrollo y ciclos de vida.
- 2.Incorporación al mercado.
- 3.Metodologías de desarrollo.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INNOVACIÓN EN PROCESOS

- 1.El proceso de la innovación.
- 2.Modelos de proceso de innovación.
- 3.Gestión de innovación.
- 4.Sistema de innovación.
- 5.Como reinventar las empresas innovando en procesos.
- 6.Innovación en Procesos a través de las TIC.
- 7.El Comercio Electrónico: innovar en los canales de distribución.

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INNOVACIÓN EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

- 1.Innovación en los Procesos de Relación con el Cliente.
- 2.El cliente que participa en el negocio.
- 3.Social Media Marketing.

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREATIVIDAD INNOVADORA

- 1.Pensamiento creativo.
- 2.Fases de la creatividad.
- 3.Búsqueda de nuevas ideas.
- 4.Técnicas de creatividad.
- 5.Gestión creativa de conflictos.

## PARTE 3. 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

## **PARTE 4. NEUROMARKETING**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1 . HERRAMIENTAS DEL NEUROMARKETING Y SU APLICACIÓN EN LA FUERZA DE VENTAS**

1. Definición y objetivos del Neuromarketing
2. Evolución del marketing al neuromarketing
3. Aplicaciones del neuromarketing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIONES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DEL NEUROMARKETING**

1. Perfil profesional en Neuromarketing
2. El neuromarketing en el mercado

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ALCANCE Y LIMITACIONES DEL NEUROMARKETING APLICADOS A LOS CANALES DE VENTAS**

1. Alcance del Neuromarketing
2. Limitaciones del Neuromarketing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. SITUACIÓN ACTUAL DEL NEUROMARKETING Y TENDENCIAS FUTURAS**

1. El Neuromarketing actual
2. Tendencias en Neuromarketing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOTIVACIÓN Y EMOCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING**

1. Motivación. Definición y aspectos básicos
2. Emoción. Definición y aspectos básicos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. PERCEPCIÓN Y ATENCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING**

1. Percepción. Definición y aspectos básicos
2. La percepción selectiva
3. La percepción de acontecimientos
4. Atención. Definición y aspectos básicos
5. Taxonomía de la atención



- 6.Los filtros del cerebro
- 7.El ojo del espectador
- 8.Percepción y atención. Caso de estudio

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. APRENDIZAJE. HERRAMIENTA PARA UNA ESTRATEGIA DE NEUROMARKETING**

- 1.Aprendizaje. Definición y aspectos básicos
- 2.Clasificación de los estilos del aprendizaje asociados a la Neurociencia
- 3.Teorías psicológicas del aprendizaje
- 4.Aprendizaje y Neuromarketing: conclusiones finales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. MEMORIA Y NEUROMARKETING**

- 1.Memoria. Definición y aspectos básicos
- 2.Consolidación y reconstrucción de la memoria
- 3.Neurociencia y memoria

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. INFLUENCIAS DEL CONSUMIDOR**

- 1.Influencias internas
- 2.Influencias externas
- 3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. EXPERTO EN TÉCNICAS DE MARKETING SENSORIAL**

- 1.Del comprador sensorial al cliente recurrente
- 2.El cliente como prescriptor
- 3.El circuito de la dopamina
- 4.Efectos del marketing ante estímulos psicológicos
- 5.Proceso de cambio de los hábitos de consumo
- 6.Generación de ventas recurrentes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. EXPERTO EN TÉCNICAS DE NEUROMARKETING ESTRATÉGICO**

- 1.Segmentación de mercado
- 2.Neurosegmentación
- 3.La demanda en el neuromarketing estratégico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. EXPERTO EN TÉCNICAS DE NEUROMARKETING MIX Y NEUROVENTAS**

- 1.Las 4 Ps en el neuromarketing
- 2.Fundamentos y metodología de la neuroventa
- 3.La neurocomunicación en la venta
- 4.Estrategias producto servicio
- 5.Packaging y neuromarketing
- 6.Factor precio en neuromarketing

## **PARTE 5. CLOUD COMPUTING**

### **MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL CLOUD COMPUTING**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASPECTOS INTRODUCTORIOS DE CLOUD COMPUTING**

- 1.Orígenes del cloud computing
- 2.Qué es cloud computing
- 3.Características del cloud computing
- 4.La nube y los negocios
- 5.Modelos básicos en la nube

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. HARDWARE CLOUD**

- 1.Virtualización
- 2.Categorías de virtualización
- 3.Cloud storage
- 4.Proveedores fiables de cloud storage

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIOS CLOUD**

- 1.Servicios cloud para el usuario
- 2.Escritorio virtual o VDI

3.Servicio de centro de datos remoto

## **MÓDULO 2. TIPOS Y MODELOS DE NUBES**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. MODELOS DE NUBES**

- 1.Introducción
- 2.IaaS
- 3.PaaS
- 4.SaaS
- 5.Otros modelos comerciales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. NUBES PRIVADAS**

- 1.Qué es una nube privada
- 2.Ventajas e inconvenientes del servicio de la nube privada
- 3.La transición a la nube privada
- 4.Alternativas para crear una nube privada

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. NUBES PÚBLICAS**

- 1.Qué es una nube pública
- 2.Ventajas e inconvenientes del servicio de nube pública
- 3.Análisis DAFO de la nube pública
- 4.Nubes públicas vs Nubes privadas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. NUBES HÍBRIDAS Y VISIÓN ESTRATÉGICA**

- 1.Qué es una nube híbrida
- 2.Ventajas e inconvenientes de las nubes híbridas
- 3.Aspectos clave en la implantación de una nube híbrida
- 4.Evaluación de alternativas para el establecimiento de una nube híbrida

## **MÓDULO 3. CONCEPTOS AVANZADOS DE CLOUD COMPUTING Y SEGURIDAD**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONCEPTOS AVANZADOS DE CLOUD COMPUTING**

- 1.Interoperabilidad en la nube
- 2.Centro de procesamiento de datos y operaciones
- 3.Cifrado y gestión de claves
- 4.Gestión de identidades

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONCEPTOS AVANZADOS DE CLOUD COMPUTING**

- 1.Interoperabilidad en la nube
- 2.Centro de procesamiento de datos y operaciones
- 3.Cifrado y gestión de claves
- 4.Gestión de identidades

## **PARTE 6. 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
- 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 Warehouse

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 Data Warehouse?

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

**+ Información Gratis**