INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Transformación Digital y Desarrollo de Negocio + 5 Créditos ECTS

+ Información Gratis

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

Máster en Transformación Digital y Desarrollo de Negocio + 5 Créditos ECTS

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

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Este master aporta los conocimientos necesarios para poder desenvolverte de manera profesional en el entorno de los negocios aplicando los avances y las nuevas formas de gestión que se están desarrollando actualmente gracias a la aparición de la nueva tecnología digital adaptada a mejorar el desarrollo empresarial.
Teniendo presente el cambio constante en el que vivimos necesitamos participar de los mismos para no caer en la obsolescencia y adaptarnos al entorno en un ambiente cada vez más competitivo, por ello este master te dará los conocimientos para poder poner en práctica un negocio especializándote en las nuevas formas de gestión empresarial para poder desarrollar una estrategia competitiva acorde a la realidad que nos rodea.

+ 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

- Conocer las aportaciones del desarrollo digital en el mundo de los negocios.
- Aprender nuevas formas de gestionar los negocios apoyadas en la tecnología digital.
- Conocer los modelos de negocio que se desarrollan a partir de la evolución de la tecnología.
- Adquirir conocimientos sobre cómo gestionar el cambio en los negocios.

para qué te prepara

Este Master ONLINE en Transformación Digital y Desarrollo de Negocio, te prepara para desenvolverte de manera profesional en el entorno tecnológico y los cambios acaecidos con el desarrollo de la tecnología digital adaptado a los negocios en un entorno empresarial y aportando los conocimientos necesarios para afrontar y utilizar estos cambios a la hora de gestionar y conseguir ventajas estratégicas en las organizaciones.

salidas laborales

Desarrolla tu carrera profesional en el ámbito de los Negocios, en los sectores Empresarial y Administrativo, en los departamentos de Operaciones y de Recursos Humanos, gestionando el desarrollo del negocio y el cambio y adquiere una formación avanzada y especializada que te ayude a desarrollar y ampliar tu labor y proyecto profesional en el ámbito empresarial.

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 direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — Sello — NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Captación de Financiación y Planes de Viabilidad'
- Manual teórico 'Estrategia de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Agile Project Management'
- Manual teórico 'Analítica Web con Google Analytics, Google Tag Manager y Looker Studio'
- Manual teórico 'Transformación Digital'
- Manual teórico 'Recursos Tecnológicos en la Transformación Digital'
- Manual teórico 'Gestión del Talento en Empresas Digitales'
- Manual teórico 'La Transformación Digital por Sectores'
- Manual teórico 'Posicionamiento Web'
- Manual teórico 'Design Thinking'

Cuaderno
de Ejercicios
Manual
de Alumno
INESEM
FORMACIÓN
CONTINUA.EU

profesorado y servicio de tutorías

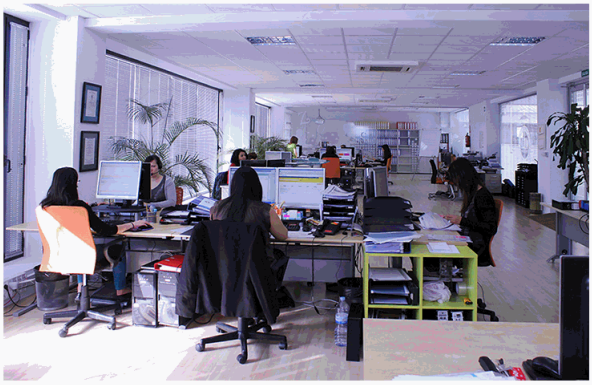
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

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 4. 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 6. 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 7. 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 8. 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. GESTIÓN DEL TALENTO EN EMPRESAS DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA ESTRATEGIA DIGITAL EN LA EMPRESA

1.Produtos digitales
2.Modelos de negocios en la era digital
3.La estrategia digital en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DEL CAMBIO Y LOS NUEVOS PERFILES PROFESIONALES

1.Los nuevos perfiles profesionals
2.Gestión intergeracional en las empresas digitales
3.Gestión del cambio en empresas digitales
4.Employee centricity

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO DEL TALENTO DIGITAL

1.El plan de formación
2.Gestión del conocimiento y gestión del talento. 6. Atracción, desarrollo y retención del talento
3.Motivación
4.El clima laboral en las empresas digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL TALENTO EN LOS RRHH

1.La importancia de la Gestión del Talento en los RRHH
2.La tercera Revolución del Conocimiento
3.¿Cómo gestionar el talento?

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DEL TALENTO Y EN SU APLICACIÓN

1.Gestión del talento: competencias
2.Diferenciación de competencias para el talento
3.Aplicaciones del modelo de competencias

4.Competencias y generación de valor
5.Detección de necesidades de capacitación y desarrollo del recurso humano por competencias
6.El área de talento humano

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EMPLOYER BRANDING

1.Aspectos básicos para el Employer Branding
2.Atracción y retención de talento
3.Pilares para la atracción y retención de talento
4.La gestión del conocimiento
5.Atracción y retención de talento en la era digital
6.Errores más comunes que se comenten cuando una empresa plantea gestionar una marca como empleador
7.Ejercicio resuelto: Grupo VIPS
8.Ejercicio resuelto: L´OREAL

MÓDULO 3. 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 compatibildad entre plataformas blockchain
3.Riesgos y limitaciones en redes blockchain
4.Desafíos éticos derivados de la descentralización

MÓDULO 4. CAPTACIÓN DE FINANCIACIÓN Y PLANES DE VIABILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS FINANCIEROS BÁSICOS

1.Introducción a las necesidades de financiación
2.El sistema financiero
3.Elaboración de proyectos de inversión
4.Identificación de las posibles fuentes de financiación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. VALORACIÓN DEL PROYECTO Y ANÁLISIS FUNDAMENTAL

1.Objetivos del ejercicio de valoración para la búsqueda de financiación
2.La elección del método más adecuado de valoración
3.Análisis de ratios financieros y económicos como punto de partida
4.Interpretación de ratios financieros de rentabilidad
5.Interpretación de ratios financieros del activo Liquidez, solvencia y garantía
6.Interpretación de ratios financieros de endeudamiento
7.Planificación Financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUENTES DE FINANCIACIÓN AJENA PRIVADA

1.Financiación de entidades bancarias
2.Alternativas a la financiación bancaria
3.Financiación según el ciclo de vida

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FINANCIACIÓN AJENA PÚBLICA

1.La financiación ajena pública
2.Financiación Europea
3.Financiación Nacional
4.Financiación autonómica

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CROWDSOURCING Y CROWDFUNDING

1.Crowdsoucing
2.Crowdfunding
3.Fundraising
4.Crowdlending

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN EN LA DIRECCIÓN FINANCIERA

1.Función financiera 4.0
2.El desafío digital para el CFO
3.Factores influyentes en la digitalización del departamento financiero

MÓDULO 5. 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 6. POSICIONAMIENTO WEB

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

MÓDULO 7. ANALÍTICA WEB CON GOOGLE ANALYTICS, GOOGLE TAG

MANAGER Y LOOKER STUDIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB CON GOOGLE ANALYTICS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GOOGLE ANALYTICS 4

1.¿Qué es Google Analytics 4?
2.Diferencias con respecto a Universal Analytics
3.Implementación de Google Analytics 4
4.Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5.Los espacios de identidad
6.Ventajas de Google Analytics 4
7.Desventajas de Google Analytics 4

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECOGIDA DE DATOS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NAVEGACIÓN E INTERFAZ

1.Informes de visión general
2.informes completos
3.Compartir informes
4.Configuración paneles de control y accesos directos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INFORMES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CAMPAÑAS Y CONVERSIONES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOOGLE ANALYTICS 360

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GOOGLE TAG MANAGER

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LOOKER STUDIO (GOOGLE DATA STUDIO)

1.Visualización de datos
2.Tipologías de gráficos

+ Información Gratis

3.Fuentes de datos
4.Integración con Analytics
5.Creación de informes

MÓDULO 8. 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

+ Información Gratis

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 9. AGILE 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

+ Información Gratis

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 iteracción 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 10. TRANSFORMACIÓN DIGITAL POR SECTORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR ENERGÉTICO

1.Antecedentes
2.La innovación tecnológica en el sector
3.El futuro del sector
4.Caso de éxito: Iberdrola

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR SANITARIO

1.Antecedentes
2.La innovación tecnológica en el sector
3.El futuro del sector
4.Caso de éxito: Hub de Cofares y las propuestas innovadoras de sus startups

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO

1.Antecedentes
2.La innovación tecnológica en el sector
3.El futuro del sector
4.Caso de éxito: John Deere

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR BANCARIO Y FINANCIERO

1.Antecedentes
2.La innovación tecnológica en el sector
3.El futuro del sector
4.Caso de éxito: EVO Banco, el mejor banco digital y la mejor App financiera de España en 2020

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

1.Antecedentes
2.La innovación tecnológica en el sector
3.El futuro del sector
4.Caso de éxito: Telefónica TECH

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR RETAIL

1.Antecedentes
2.La innovación tecnológica en el sector
3.El futuro del sector
4.Caso de éxito: El Corte Inglés y la estrategia omnicanal

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR Y SERVICIO HOSTELERO

1.Antecedentes
2.La innovación tecnológica en el sector
3.El futuro del sector
4.Caso de éxito: Burger King y los pedidos a través de voz

MÓDULO 11. PROYECTO FIN DE MÁSTER