



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Máster en Gestión Empresarial Basada en el Análisis de Datos (Business Analytics)***

**+ Información Gratis**

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

# ***Máster en Gestión Empresarial Basada en el Análisis de Datos (Business Analytics)***

**duración total:** 1.500 horas

**horas teleformación:** 450 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## ***descripción***

Con el creciente uso de la tecnología y las diferentes herramientas que tenemos disponibles la realidad está mutando cada vez más digital. Ello también afecta a la gestión empresarial, ya que existen multitud de herramientas para poder medir objetivos empresariales, así como realizar una prospección de nuestros clientes. Por ello, la sociedad demanda profesionales con conocimientos sólidos para dedicarse a la gestión empresarial desde el punto de vista del análisis de datos.



**+ 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*

- Dotar de las herramientas necesarias para poder realizar un análisis de datos según los objetivos empresariales.
- Conocer las diferencias y similitudes entre la Data Science y Big Data.
- Aprender cuáles son las herramientas más importantes en Business Intelligence.
- Adquirir los conocimientos necesarios sobre el análisis de datos predictivo.
- Saber extraer datos para conocer el comportamiento de nuestros clientes.

## *para qué te prepara*

El Máster en Gestión Empresarial Basada en el Análisis de Datos (Business Analytics) ofrece una visión completa del análisis de datos, ciencias de datos y arquitectura de datos, todo ello para poder realizar reportings, desarrollar dashboards, realizar análisis mediante técnicas OLAP, así como conocer las herramientas más importantes en Business Intelligence.

## *salidas laborales*

- Data Analyst
- Data Scientist.
- Data Architech
- Manager en Business Intelligence, Business Analytics y Big Data.

## 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 'Dirección de Operaciones'
- Manual teórico 'Business Intelligence: Datos, Información y Conocimiento'
- Manual teórico 'Big Data: Cuestiones Fundamentales'
- Manual teórico 'Fundamentos de Gestión de Empresas'
- Manual teórico 'Gestión empresarial: Marketing y Comercialización'
- Manual teórico 'El Negocio Digital'
- Manual teórico 'Introducción al Modelo Fintech'
- Manual teórico 'Dirección Estratégica de la Empresa, Técnicas de Gestión y Organización empresarial, Ma



**+ Información Gratis**

## profesorado y servicio de tutorías

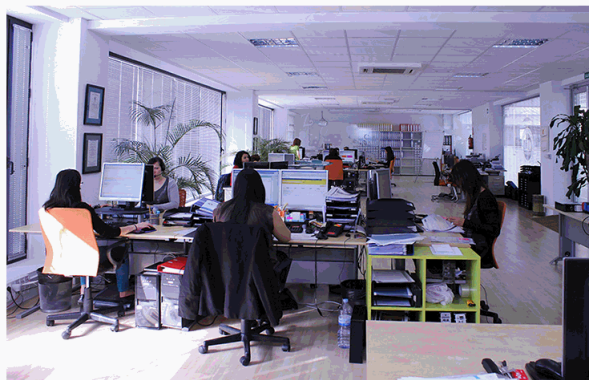
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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 DE GESTIÓN DE EMPRESAS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONCEPTO DE EMPRESA**

1. Concepto de Empresa
2. Tipología de las Empresas
3. Principales Áreas de las Empresas
4. Objetivos de las Empresas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA COMO ORGANIZACIÓN**

1. Principales enfoques de la empresa como organización
2. Análisis de los sistemas empresariales
3. La empresa como un sistema-técnico abierto
4. Elementos de la estructura organizativa de la empresa
5. Sistemas funcionales de la empresa. Análisis organizativo

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA FUNCIÓN DE ORGANIZACIÓN**

1. Etapas de la función de organización
2. Evolución histórica de la organización del trabajo
3. La organización formal
4. La organización informal

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUNCIONES DE GESTIÓN Y CONTROL**

1. La función de gestión
2. Estilos de dirección o liderazgo
3. El proceso de toma de decisiones
4. La función de control
5. Técnicas de Control

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTORNO ECONÓMICO: CICLO ECONÓMICO E INFLACIÓN**

1. Los ciclos económicos: Fluctuaciones y fases
  - 1.- Tipos de fluctuaciones
  - 2.- Fases del ciclo
2. La inflación y los ciclos
  - 1.- La inflación
  - 2.- Relación entre inflación y ciclos económicos
3. Entorno económico internacional: tendencias, devaluación y mercado de divisas
  - 1.- Tendencias y política económica
  - 2.- La devaluación
  - 3.- El mercado de divisas
4. Balanza de pagos
5. Ejercicio Resuelto. Cálculo del IPC

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN DE LAS PLANTILLAS DE TRABAJO**

1. Importancia y concepto de la planificación de recursos humanos
2. Modelos de planificación de recursos humanos
3. Análisis y descripción del puesto de trabajo
4. Objetivos de la valoración de puestos de trabajo
5. Métodos de la valoración de puestos de trabajo
6. Comunicación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA FUNCIÓN PRODUCTIVA**

1. La Función de la Producción
2. Estructura Organizativa de la Producción
3. Tipos de Modelos Productivos
4. Producción Orientada al Proceso

5.Producción Orientada al Producto

6.Producción Bajo Pedido

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA DIRECCIÓN FINANCIERA**

1.La dirección financiera: Naturaleza y objetivos

2.Tipos de Sociedades

3.El director financiero

4.Ejercicio Resuelto. Tipos de Fórmulas Empresariales

5.La función financiera

6.Definición y Clases de Recursos Financieros

7.Financiación externa a corto y largo plazo

8.Financiación interna o autofinanciación

9.Concepto y clases de inversión

10.Los proyectos de inversión

11.Criterios de Selección de Inversiones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS DE MARKETING**

1.Marketing

2.Canales de comercialización

3.Comunicación e imagen de negocio

4.Estrategias de fidelización y gestión de clientes

## **MÓDULO 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA, TÉCNICAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, MARKETING, RR.HH Y LIDERAZGO**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO**

1.Las PYMES como organizaciones.

2.Liderazgo.

3.Un nuevo talante en la Dirección.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO**

1.Introducción.

2.Utilidad del Plan de Empresa.

3.La Introducción del Plan de Empresa.

4.Descripción del negocio. Productos o servicios.

5.Estudio de mercado.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN**

1.Plan de Marketing.

2.Plan de Producción.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH. Y RECURSOS FINANCIEROS**

1.Infraestructuras.

2.Recursos Humanos.

3.Plan Financiero.

4.Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.

5.Estructura legal. Forma jurídica.

## **MÓDULO 3. DIRECCIÓN DE OPERACIONES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN DE OPERACIONES**

1.Administración de Operaciones: Introducción

2.Evolución de la Dirección de Operaciones

3.Planificación Estratégica y Planificación Empresarial

4.La dirección y el subsistema de operaciones

- 5.Objetivos de la Dirección de Operaciones
- 6.Estrategias de operaciones: visión general
- 7.Plan Estratégico de Operaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PREVISIÓN DE LA DEMANDA**

- 1.La Previsión de la Demanda
- 2.El Espacio temporal y la Demanda
- 3.El Ciclo de Vida del Producto: estrategias de consolidación
- 4.Tipología de Previsiones de la Demanda: Económicas, Tecnológicas y del Mercado
- 5.Previsión de la Demanda: Objetivos y etapas
- 6.Métodos de Previsión
- 7.Ejemplo resuelto: Previsión de la demanda

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUESTIONES ESTRATÉGICAS I: LA PRODUCCIÓN**

- 1.La función productiva en la Organización
- 2.Estructura Organizativa de la Producción
- 3.Tipos de Modelos Productivos
- 4.Producción Orientada al Proceso
- 5.Producción Orientada al Producto
- 6.Producción Bajo Pedido

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUESTIONES ESTRATÉGICAS II: DISEÑO DE PROCESOS Y PRODUCTOS**

- 1.Selección y diseño del producto
- 2.Eficacia y excelencia en el diseño
- 3.Diseño y desarrollo de nuevos productos
- 4.Procesos de Configuración en Línea (Flow Shop)
- 5.Procesos de Configuración Job-Shop
- 6.Procesos de configuración Continua
- 7.Tecnología Relacionada

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUESTIONES ESTRATÉGICAS III: LOCALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES**

- 1.La decisión estratégica de la localización
- 2.Métodos de selección de un emplazamiento
- 3.Ejercicio resuelto: Otros criterios de decisión
- 4.Análisis de la Localización
- 5.Tendencias en Localización
- 6.Distribución en Planta y Diseño del Puesto de Trabajo
- 7.La función de Mantenimiento
- 8.Ejercicios resueltos: Distribución de plantas y Mantenimiento de Instalaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA CALIDAD**

- 1.Concepto de Calidad
- 2.Definiciones de Calidad
- 3.El Papel de la Calidad en las Organizaciones
- 4.Vertiente económica: Costes y Beneficios de un Sistema de Gestión de la Calidad
- 5.La Dirección y la Gestión de la Calidad
- 6.Elementos de la Gestión de la Calidad
- 7.Diseño y Planificación de la Calidad
- 8.El Bechmarkin y la Reingeniería de Procesos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. CUESTIONES TÁCTICAS I: GESTIÓN DE INVENTARIOS Y DE LA CADENA DE SUMINISTROS**

- 1.Inventarios de Demanda independiente
- 2.Inventarios de Demanda dependiente (MRP y DRP)
- 3.Sistemas Just in Time
- 4.La Gestión de Operaciones y la Cadena de Suministro

5. Visión Estratégica de la Cadena de Suministro

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUESTIONES TÁCTICAS II: PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS**

1. Gestión de Proyectos

2. Dirección en la Ejecución de proyectos

3. Habilidades, competencias y conocimientos para la dirección de proyectos

4. Conceptos relacionados con la organización en la dirección de proyectos

5. Procesos de Inicio, Planificación, Ejecución, Control y Cierre

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS BÁSICAS PARA EL CONTROL DE PROYECTOS**

1. Introducción a las herramientas básicas para el control de proyectos

2. Gráficos o diagramas de Gantt

3. Gráficos de redes: PERT/CPM

## **MÓDULO 4. GESTIÓN EMPRESARIAL: MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING**

1. Concepto de Marketing

2. El Marketing empresarial

3. Marketing estratégico

4. Marketing operativo

5. Marketing-mix

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE**

1. El entorno de las organizaciones

2. El mercado: Concepto y delimitación

3. El mercado de bienes de uso: consumo frecuente y consumo duradero

4. El mercado industrial: el producto

5. El mercado de servicios: características y estrategias

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones

2. Segmentación eficaz: Criterios y requisitos de segmentación de mercados de consumo e industriales

3. Las estrategias de cobertura del mercado

4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA**

1. Introducción: análisis de la demanda y segmentación

2. El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda

3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes

4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca: matriz variable de marca

5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES**

1. Estudio del comportamiento de compra

2. Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores: Factores internos y externos

3. Comportamiento de compra: Roles, tipos y etapas

4. El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ANUNCIANTE EN LA RED**

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red

2. Reputación online y confianza

3. Identidad digital: determinación de unos rasgos propios

4. E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?

5. Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER**

- 1.Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
- 2.Introducción al comercio electrónico
- 3.Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossuser
- 4.El comportamiento de los usuarios de Internet
- 5.Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL**

- 1.Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
- 2.Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
- 3.Tipos de redes sociales: Conectarnos
- 4.Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario
- 5.Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
- 6.Importancia y repercusión de las redes sociales
- 7.Las redes sociales como intercambio constante de información
- 8.Redes sociales en dispositivos móviles

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. CRM EN EL MEDIO ONLINE**

- 1.Marketing de relaciones
- 2.Del CRM al e-CRM
- 3.Estrategia de atención al cliente
- 4.Optimización en la gestión del marketing relacional
- 5.Real time management
- 6.Social CRM y generación de leads

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA**

- 1.Presentación y demostración del producto/servicio
- 2.Demostraciones ante un gran número de clientes
- 3.Argumentación comercial
- 4.Técnicas para la refutación de objeciones
- 5.Técnicas de persuasión a la compra
- 6.Ventas cruzadas
- 7.Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
- 8.Técnicas de comunicación no presenciales

### **MÓDULO 5. EL NEGOCIO DIGITAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL NEGOCIO DIGITAL**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DEL NEGOCIO ONLINE**

- 1.Cómo iniciar un proyecto de negocios online
  - 1.- Videotutorial: El desarrollo del negocio digital
- 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
  - 1.- Videotutorial: Social Media Strategic
- 7.Mobile Business
- 8.Comercio Electrónico

9.Posicionamiento en Internet

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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. INTRODUCCIÓN AL MODELO FINTECH**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE FINTECH**

- 1.Concepto e industria
  - 1.- Empresas Fintech
  - 2.- Proyectos Fintech
  - 3.- Tecnologías Fintech
  - 4.- Industria Fintech
- 2.Características de las Fintech
  - 1.- Financiación de particulares y empresas
  - 2.- Transferencia de fondos
  - 3.- Asesoramiento financiero en inversiones
  - 4.- Pagos y cobros a través de Smartphone
  - 5.- Inversión
  - 6.- Finanzas personales
  - 7.- Criptomonedas
  - 8.- Videotutorial: ¿Qué son las criptomonedas?
  - 9.- Neobanks
- 3.Tipos de Fintech
  - 1.- Financiación
  - 2.- Transferencias de fondos
  - 3.- Asesoramiento financiero
  - 4.- Pagos y cobros a través de Smartphone
  - 5.- Inversión online
  - 6.- Finanzas personales
  - 7.- Criptomonedas
  - 8.- Neobanks
- 4.Usuarios
  - 1.- Perfil de usuario Fintech
  - 2.- Usuarios Fintech en España
- 5.Pros y Contras
  - 1.- Videotutorial: Pros y contras de las Fintech
- 6.Start-ups Fintech

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVOLUCIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS**

- 1.Evolución de las Fintech
  - 1.- Futura evolución de las Fintech españolas
- 2.La tecnología en la industria financiera
  - 1.- Videotutorial: La revolución de los sistemas de financiación. Las Fintech
- 3.El impacto de las Fintech
  - 1.- Clasificación Banca-Fintech
- 4.Comparativa banca tradicional vs Fintech
  - 1.- El cliente es el auténtico beneficiario de la alianza Banca-Fintech
- 5.Generaciones digitales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. FINTECH E INSURTECH**

- 1.¿Qué es Insurtech?
  - 1.- Desde el punto de vista del consumidor
  - 2.- Desde el punto de vista de las aseguradoras tradicionales: adaptarse o morir

2. Características del Insurtech
3. Innovación como eje en común
  - 1.- IoT
  - 2.- IA y Big Data
  - 3.- Economía colaborativa
  - 4.- Blockchain
4. Comparativa: Aseguradoras tradicionales vs Insurtech
  - 1.- Videotutorial: Aseguradoras tradicionales vs Insurtech
5. Insurtech pioneras

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARCO NORMATIVO**

1. Aspectos a regular
2. Organismos implicados
  - 1.- AEFI
3. Sandbox regulatorio
  - 1.- Pero ¿qué son los Sandbox?
  - 2.- Objetivos del Sandbox
  - 3.- Libro Blanco de la Regulación del Sector Fintech
4. Normativas de mayor impacto
  - 1.- RGPD
  - 2.- PSD2

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROYECTOS DE INVERSIÓN Y COMPAÑÍAS FINTECH**

1. Inversión en Fintech
2. KFTX INDEX
  - 1.- La historia del índice
3. Fondos de Inversión Fintech
  - 1.- Breve introducción a los fondos de inversión
  - 2.- Invertir en Fondos Fintech
4. Principales plataformas Fintech en España
5. Crowdfunding
  - 1.- Crowdfunding vs crowdfunding

### **MÓDULO 7. BIG DATA**

#### **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
  - 1.- Relevancia o Importancia de la selección de las fuentes
2. Naturaleza de las fuentes de datos Big Data

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. OPEN DATA**

1. Definición, Beneficios y Características
  - 1.- Principios Básicos del Open Data
  - 2.- Beneficios del Open Data
  - 3.- Relación Linked Data
  - 4.- Lenguaje de consulta
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 8. BUSINESS INTELLIGENCE**

#### **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. Bases de datos OLTP
3. Bases de Datos OLAP
4. MOLAP, ROLAP & HOLAP
5. Herramientas para el desarrollo de cubos OLAP

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DATAWAREHOUSE O ALMACÉN DE DATOS CORPORATIVOS**

1. Visión General. ¿Por qué DataWarehouse?



- 2.Estructura y Construcción
- 3.3. 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

**UNIDAD DIDÁCTICA 5. BUSINESS INTELLIGENCE CON POWERBI**

- 1.Business Intelligence en Excel
- 2.Herramienta Powerbi

**UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTA TABLEAU**

- 1.Herramienta Tableau

**UNIDAD DIDÁCTICA 7. HERRAMIENTA QLIKVIEW**

- 1.Instalación y arquitectura
- 2.Carga de datos
- 3.Informes
- 4.Transformación y modelo de datos
- 5.Análisis de datos