EDUCA
business school

Master CRM



ÍNDICE

1 | Somos **Educa Business School**

2 | **Rankings**

3 | **Alianzas** y acreditaciones

4 | By **EDUCA EDTECH Group**

5 | **Metodología LXP**

6 | **Razones** por las que elegir Educa Business School

7 | **Programa** Formativo

8 | **Temario**

9 | Contacto

EDUCA business school

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificarse con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de **18** años de experiencia

Más de **300k** estudiantes formados

Hasta un **98%** tasa empleabilidad

Hasta un **100%** de financiación

Hasta un **50%** de los estudiantes repite

Hasta un **25%** de estudiantes internacionales

EDUCA business school

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH 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. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.

QS STARS™ RATING SYSTEM
Online Learning

Ranking Educativo Innovatec

EUROPEAN EXCELLENCE EDUCATION

EL MUNDO

LOS MEJORES MASTERS EN CIBERSEGURIDAD
CyberEOP

MASTER

EDUCA business school

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

































EDUCA
business school

BY EDUCA EDTECH

Educa Business School 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.

EDUCA EDTECH Group

ONLINE EDUCATION

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

inesem business school

INEAF BUSINESS SCHOOL

red educa.net

inesalud

EDU SPORT

EDUCA business school

ESIBE ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO

Educa.Pro

ceupe European Business School

UDAVINCI

CAPMAN testing solutions

Structuralia Engineering eLearning

UNIMIAMI International University of Miami

Educa PHAROS

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 multidisciplinares 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.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



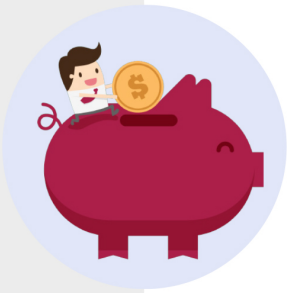
3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

EDUCA business school

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL



Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa,** todos en activo y con una amplia experiencia profesional.

5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE,** que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Master CRM

DURACIÓN
1500 horas

MODALIDAD
ONLINE

ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



EDUCA business school

EDUCA 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 Educa Business School.

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

Con una calificación XXXXXXXXXXXXX.

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

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER

Con Estatuto Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNESCO (Nom. Resolución 1049)

EDUCA business school

Descripción

Este Master CRM le ofrece una formación especializada en al materia. el presente master Social CRM: Responsable de la Relación Digital con Clientes ofrece una formación especializada en la materia. La competencia en un mundo cada vez más globalizado hace que las empresas quieran ser cada vez mejores, queriendo adaptarse a las nuevas tecnologías y métodos que le permitan tener una posición de éxito. Gracias a la realización de Este Master Social CRM: Responsable de la Relación Digital con Clientes conocerá los aspectos fundamentales de la administración de un CRM para poder gestionar las relaciones con los clientes y tener un mayor control de la situación.

Objetivos

- Describir el producto SAP R/3 como software integrado para la gestión empresarial.
- Situar el software SAP R/3 en el mundo de los sistemas ERP.
- Definir los términos más habituales que va a encontrar toda persona que va a trabajar con SAP R/3.
- Aprender las técnicas a las que se refieren los diversos conceptos de SAP R/3.
- Conocer las aportaciones de los módulos FI, CO y AM de SAP R/3 a la gestión financiera de la empresa.
- Aprender a navegar por las transacciones más básicas de los módulos financieros de SAP R/3.
- Conocer las aportaciones del módulo PS de SAP R/3 a la gestión de los proyectos de la empresa.
- Aprender a navegar por las transacciones más básicas del módulo PS de SAP R/3.
- Conocer el papel del CRM en el marketing de la empresa.
- Aprender las diferencias entre CRM y Marketing Relacional.
- Conocer los objetivos y beneficios de una estrategia CRM.
- Aprender sobre el CRM como expansión de la estrategia CRM.
- Diferenciar los distintos beneficios de una estrategia CRM para el cliente.
- Conocer las distintas áreas principales del CRM.
- Identificar los parámetros de configuración y las operaciones de mantenimiento del sistema operativo y del gestor de datos en sistemas ERP
- CRM, y realizar las tareas de administración para asegurar su funcionamiento, siguiendo especificaciones técnicas y necesidades de uso.
- Identificar los procesos de los distintos sistemas de ERP, CRM y almacén de datos, monitorizarlos y resolver las incidencias que se produzcan para mantener la funcionalidad y rendimiento del sistema, siguiendo especificaciones técnicas y según necesidades de uso.
- Identificar las técnicas y herramientas para garantizar el acceso de los clientes y la integridad de la información, siguiendo especificaciones técnicas establecidas.
- Administrar la seguridad de los sistemas de ERP, CRM y almacén de datos, siguiendo especificaciones técnicas establecidas.

Para qué te prepara

Este Master CRM está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además el máster Social CRM: Responsable de la Relación Digital con Clientes está dirigido a todos aquellos profesionales del sector empresarial que quieran especializarse en las funciones de gestión de clientes con el sistema CRM.

A quién va dirigido

Este Master CRM le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master Social CRM: Responsable de la Relación Digital con Clientes le prepara para tener una visión amplia sobre la administración de un sistema CRM, el cual le permitirá gestionar las relaciones de la empresa con lo clientes y a ser un profesional en la materia.

Salidas laborales

Gestión de clientes / Experto en CRM.

TEMARIO

PARTE 1. GESTIÓN DE CLIENTES Y CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PAPEL DEL CRM EN LA EMPRESA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA ESTRATEGIA CRM

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL eCRM

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEL CRM AL CEM

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

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

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ÁREAS PRINCIPALES DEL CRM

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

PARTE 2.ADMIINISTRACIÓN DEL SISTEMA OPERATIVO EN SISTEMAS ERP-CRM

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUCESOS Y ALARMAS DEL SISTEMA OPERATIVO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INCIDENCIAS DEL SISTEMA OPERATIVO

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

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

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

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

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

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

1. Procesos de los sistemas ERP y CRM.

2. Parámetros de los sistemas que influyen en el rendimiento.
3. Herramientas de monitorización y de evaluación del rendimiento.

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

1. Control de versiones y gestión de los distintos entornos.
2. Arquitecturas de los distintos entornos según el sistema operativo.
3. El sistema de intercambio de información entre distintos entornos: características y elementos que intervienen.
4. Errores en la ejecución del transporte: tipos y solución.

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

1. Características y funcionalidades.
2. Procedimiento de ejecución.
3. Resolución de incidencias; trazas de ejecución.

PARTE 3. ADMINISTRACIÓN DEL GESTOR DE DATOS EN SISTEMAS ERP-CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE MANTENIMIENTO EN ALMACÉN DE DATOS

1. Procesos de los sistemas de almacén de datos
2. Parámetros de los sistemas que influyen en el rendimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO

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

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

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

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

1. El sistema de transmisión de información
2. Entornos de desarrollo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ERRORES EN LA EJECUCIÓN DEL TRANSPORTE

1. Tipos de errores
2. Resolución de problemas

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

1. Características y funcionalidades
2. Procedimientos de ejecución

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

1. Trazas de ejecución
2. Resolución de incidencias

PARTE 4. OPERACIONES DE SEGURIDAD EN SISTEMAS ERP-CRM Y ALMACÉN DE DATOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SEGURIDAD DEL SISTEMA DE ERP, CRM Y ALMACÉN DE DATOS

1. Canales de acceso a los sistemas.
2. Gestión de asignación en sistemas CRM.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE USUARIO

1. Creación de usuarios.
2. Permisos por menú y por empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COPIAS DE SEGURIDAD

1. Copias de seguridad on-line/off-line.
2. Réplicas en espejo.
3. Restauración del sistema y copias.

PARTE 5. COMPETENCIAS, COMUNICACIÓN Y FIRMA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS: WEB 2.0

1. Web 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

1. Buscadores
2. ¿Cómo funciona un buscador?
3. Principales motores de búsqueda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BÚSQUEDAS AVANZADAS

1. Marketing en motores de búsqueda
2. La búsqueda semántica
3. SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIOS POR INTERNET

1. Impacto de las tecnologías en los resultados de la organización.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

1. Servicios y su monetización
2. La nube
3. HTML
4. Uso del correo electrónico y los SMS

5. ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing
6. Mapas mentales
7. Diseño de Textos digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN A BLOGGING Y MICROBLOGGING

1. Primeros pasos para crear un blog

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO DE IMÁGENES.

1. Texto en imágenes
2. Imagen digital
3. Infografía en Photoshop
4. Gestión de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LOS DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Derechos De Autor Y Propiedad Intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNIDADES VIRTUALES: FOROS Y REDES SOCIALES

1. Ning: Foros de discusión y salas de chat
2. Redes sociales
3. Facebook y youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ENTORNOS COLABORATIVO

1. Uso de la nube
2. Escritorio virtual o VDI
3. Crowdsourcing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPORTAMIENTO ON-LINE

1. Netiquette

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SEGURIDAD EN INTERNET

1. Internet seguro
2. Comercio seguro
3. SSL y SSH
4. Algoritmo criptográfico
5. Certificado digital

UNIDAD DIDÁCTICA 13. COMPETENCIAS DIGITALES BÁSICAS

1. Amenazas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. COMUNICACIÓN EN INTERNET

1. Diferencias entre los medios de comunicación de antes con los medios de comunicación de ahora

2. Tecnologías de las aplicaciones web

UNIDAD DIDÁCTICA 15. TRABAJAR POR INTERNET

1. Comunidades
2. Relaciones públicas
3. Trabajando por internet
4. Internet como plataforma de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HERRAMIENTAS DE TRABAJO POR INTERNET

1. Correo WebMail
2. Microblogging y Mensajería instantanea
3. Aplicaciones del navegador

UNIDAD DIDÁCTICA 17. TRABAJO EN GRUPO

1. Wikis
2. Blogs
3. Alojamiento de archivos compartidos
4. Herramientas para documentar

UNIDAD DIDÁCTICA 18. PERFIL DIGITAL

1. Personalidad digital del sitio Web
2. Perfil digital profesional
3. Implantar un blog corporativo
4. Estrategia de desarrollo de comunidades

UNIDAD DIDÁCTICA 19. NETWORKING

1. Introducción al Networking
2. Twitter y Facebook
3. Redes sociales profesionales
4. Instagram y Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 20. FIRMA Y CERTIFICADO DIGITAL

1. ¿Qué es un certificado Digital?
2. Firma electrónica
3. Incorporación de la sociedad a las NNTT de la Información y las Comunicaciones (TIC)

UNIDAD DIDÁCTICA 21. CONTENIDO Y ALCANCE

1. Efectos de las TIC en la Sociedad de la Información

UNIDAD DIDÁCTICA 22. NORMATIVA

1. Normativa del Comercio Electrónico en España

UNIDAD DIDÁCTICA 23. ¿CÓMO OBTENER LA FIRMA ELECTRÓNICA?

1. Ciptografía
2. Procedimiento de obtención de la Firma Electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GESTIÓN DE RIESGO

1. Introducción a la Gestión de Riesgo

UNIDAD DIDÁCTICA 25. DONDE UTILIZAR LA FIRMA DIGITAL

1. Organismos oficiales nacionales, autonómicos, locales
2. Transacciones comerciales y financieras

UNIDAD DIDÁCTICA 26. SISTEMAS DE SEGURIDAD EN LA EMPRESA

1. Seguridad En La Empresa

PARTE 6. CREACIÓN Y GESTIÓN DE BASE DE DATOS SQL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS BASES DE DATOS

1. Ventajas e inconvenientes de las baes de datos
2. Conceptos generales
3. El modelo entidad-relación
4. El modelo entidad-relación extendido
5. Restricciones de integridad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MODELO DE BASES DE DATOS RELACIONAL

1. Estructura del modelo relacional
2. Claves en el modelo relacional
3. Restricciones de integridad
4. Teoría de la normalización
5. Diseño de una base de datos relacional
6. Tipos de lenguajes relacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LENGUAJE DE CONSULTA SQL

1. Caracterísiticas de SQL
2. Sistemas de Gestión de Bases de Datos con soporte SQL
3. Sintaxis en SQL
4. Especificación de restricciones de integridad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MYSQL COMO SISTEMA GESTOR DE BASES DE DATOS RELACIONALES

1. Caracterísiticas de MySQL
2. Tipos de datos
3. Sisntaxis SQL para MySQL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SALVAGUARDA Y RECUPERACIÓN DE DATOS

1. Posibles fallos en una base de datos
2. Elementos de recuperación
3. Tipos de soporte
4. RAID
5. Servidores remotos de salvaguarda de datos
6. Diseño de un plan de salvaguarda y protocolo de recuperación de datos
7. Tipos de salvaguardas de datos
8. RTO (Recovery Time Objective) y RPO (Recovery Point Objective)
9. Mecanismos de verificación de la integridad de las copias de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BASES DE DATOS DISTRIBUIDAS

1. Definición de SGBD distribuido. Principales ventajas y desventajas
2. Características esperadas en un SGBD distribuido
3. Clasificación de los SGBD distribuidos
4. Enumeración y explicación de las reglas de DATE para SGBD distribuidos
5. Replicación de la información en bases de datos distribuidas
6. Procesamiento de consultas
7. Descomposición de consultas y localización de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGURIDAD DE LOS DATOS

1. Conceptos de seguridad de los datos: confidencialidad, integridad y disponibilidad
2. Normativa legal vigente sobre datos
3. Supuestos prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRANSFERENCIA DE DATOS

1. Herramientas para importar y exportar datos
2. Clasificación de las herramientas
3. Ejemplo de ejecución de una exportación e importación de datos
4. Migración de datos entre diferentes SGBD
5. Inconvenientes al traspasar datos entre distintos SGBD


EDUCA
business school


By
EDUCA EDTECH
Group