

Master En Big Data + Master En Innovación Tecnológica



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

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 certificar 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

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.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



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.



ONLINE EDUCATION



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.



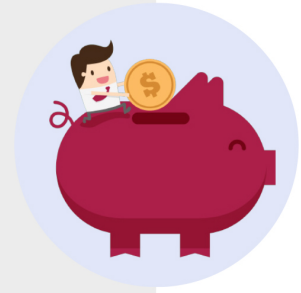
3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



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

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 En Big Data + Master En Innovación Tecnológica



DURACIÓN
1200 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master En Big Data con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación de Master En Innovación Tecnológica con 600 horas 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

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

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX 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 XXXXXXXXXXXXXXXXX.

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 Español como Lengua, Categoría Especial del Consejo Coordinador Estatal de la ENED2020 (Plan de Redacción 2020).

Descripción

Este Master en Big Data le ofrece una formación especializada en la materia. La analítica web es una nueva y pujante disciplina profesional, que se encarga de medir el comportamiento de los usuarios en Internet. Entre las nuevas disciplinas profesionales que se están creando, la de analista web es una de la más relevantes. Los expertos en analítica web se están convirtiendo en una pieza imprescindible para las empresas con presencia en Internet, que se están viendo obligadas a buscar e incorporar estos nuevos perfiles en sus organizaciones. Gracias a la realización de Este Master Online Fundamentals en Analítica Web y Big Data conocerá las técnicas oportunas para desenvolverse profesionalmente en este entorno. Este Master en Innovación Tecnológica 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 master 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 podrá realizar estrategias de innovación tecnológica en este entorno, así como aplicar proyectos de este tipo.

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.
- Capacitar al alumno para mejorar la visibilidad y análisis de los datos de acceso.
- Conocer las tecnologías, plataformas y herramienta analytics disponibles en el entorno de la analítica web con la finalidad de aplicarlas a objetivos concretos.
- Formar al alumno como analista web a nivel profesional.
- Aprender la metodología de base del analista web.
- Conocer los aspectos más importantes sobre analítica web y Social Media.

Para qué te prepara

Este Master en Big Data está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además este máster Online Fundamentals en Analítica Web y Big Data está dirigido a profesionales del sector que deseen seguir formándose en la materia, así como a expertos que deseen especializarse en analítica web.

A quién va dirigido

Este Master en Big Data le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master ONLINE de Analítica Web: Google Analytics le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del

área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Analítica Web: Google Analytics. Este Master en Innovación Tecnológica le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master de Especialista en Gestión de Innovación y Tecnología de las Organizaciones 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

Marketing online / Analítica web / Big Data. Gestión de la innovación / Dirección empresarial.

TEMARIO

1. CURSO 1. MASTER EN BIG DATA

PARTE 1. ANALÍTICA WEB BÁSICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?

1. Introducción
2. La Analítica Web: un reto cultural
3. ¿Qué puede hacer la analítica web por una persona o empresa?
4. Glosario de Analítica Web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PERFIL DEL ANALISTA WEB

1. Un nuevo perfil profesional, para una nueva actividad
2. ¿Qué hace un analista web?
3. Herramientas del Analista

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS

1. Conceptos Básicos
2. Creación de una cuenta Google Analytics
3. Perfil de sitio Web
4. Código de seguimiento
5. Objetivos
6. Informes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

1. Introducción
2. Los anuncios de Google Ads
3. Definiciones básicas
4. Ventajas de Google Ads
5. Google Ads
6. Diferencias entre Google Analytics y Google Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A SEO

1. Introducción
2. Factores de valoración y ranking
3. Indexación de un sitio Web
4. Elegir keywords
5. Últimas conclusiones y consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANALÍTICA WEB BÁSICA. INTRODUCCIÓN

1. La analítica web en la actualidad

2. Definiendo la analítica web
3. El salto a la Analítica web moderna

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ELECCIÓN DE UNA ESTRATEGIA

1. Conocer nuestra situación
2. Seleccionando a nuestro proveedor
3. Diferencias entre proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ¿CÓMO MEDIR NUESTROS RESULTADOS? LAS MÉTRICAS

1. Introducción
2. Visitas y visitantes
3. Tiempo en la página y tiempo en el sitio
4. Tasa de rebote
5. Tasa de salida
6. Tasa de Conversión
7. Fidelidad
8. Identificar las "buenas" métricas
9. Cómo conseguir una buena métrica web

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BUENAS PRÁCTICAS EN LA ANALÍTICA WEB

1. Conceptos básicos
2. Los mejores informes de analítica web
3. Prácticas Indispensables

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALIZAR EL CLICKSTREAM

1. Búsqueda interna de nuestro sitio
2. Análisis de la optimización SEO
3. Tráfico de la búsqueda orgánica
4. Indexar por motores de búsqueda
5. Objetivos, ingresos y rentabilidad (ROI)
6. Búsquedas de Pago PPC
7. Tráfico Directo
8. Campañas de Mailing
9. Análisis avanzado

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA ANALÍTICA WEB

1. Las cookies de seguimiento del visitante
2. Muestreo de datos
3. Valor de los datos
4. Conciliar los datos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUANTITATIVA

1. Identificar los factores críticos
2. Otros factores que conviene medir

3. Las macro y microconversiones
4. Medir el valor económico
5. Sitios sin comercio: valores a medir
6. Medición de sitios B2B

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUALITATIVA

1. Introducción
2. La Usabilidad Web
3. Tipos de pruebas
4. Las encuestas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. DEFINICIÓN DE KPIS

1. Definición de KPIS
2. KPI, CSF y metas
3. Principales KPIS
4. Ejemplos de KPIS

PARTE 2. ANALÍTICA WEB AVANZADA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PODER DE LAS PRUEBAS

1. Tipos de Test: A/B y MVT
2. Consejos prácticos para la realización de pruebas
3. Realización de pruebas controladas
4. Consejos útiles para la realización de pruebas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CI: INTELIGENCIA COMPETITIVA

1. Definición de Inteligencia Competitiva
2. Recopilar datos
3. Análisis del tráfico de sitios web
4. Búsquedas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALÍTICA WEB 2.0. MÓVILES Y VÍDEOS

1. La nueva web social y como medir datos
2. Las aplicaciones
3. Analizar el comportamiento desde el móvil
4. Analizar el rendimiento de los vídeos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANALÍTICA WEB 2.0. REDES SOCIALES

1. Análisis de blogs
2. Coste y beneficios de escribir en un blog
3. Nuestro impacto Twitter
4. Métricas para Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROBLEMAS Y SOLUCIONES DE LA ANALÍTICA WEB

1. La calidad de los datos
2. Obtener datos válidos
3. ¿En qué basarnos para la toma de decisiones?
4. Beneficios de análisis multicanal

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MÁS ALLÁ DE LOS DATOS

1. Segmentación en base al comportamiento
2. Predicción y minería de datos
3. Rumbo a la analítica inteligente
4. Análisis de sentimiento y opiniones

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PRINCIPIOS AVANZADOS DE LA ANALÍTICA WEB

1. El contexto manda
2. Ampliar nuevos horizontes
3. Valores reales
4. Campaña multitouch
5. Medición online

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EXPECTATIVAS PROFESIONALES DE LA ANALÍTICA WEB

1. Perfiles de un analista web
2. ¿Cómo lograr el éxito en el mundo de la analítica?
3. La necesidad de la organización
4. Ética y responsabilidad profesional en la analítica

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ATRAER LA ATENCIÓN HACIA LOS DATOS

1. Hacer la analítica atractiva
2. La importancia de un buen informe
3. Los evangelistas de marca
4. El papel de la psicología en la presentación de datos

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

PARTE 4. BUSINESS INTELLIGENCE Y 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 Warehou
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 DataWarehouse?
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
2. CURSO 2. MASTER EN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

PARTE 1. DESARROLLO DE LAS APTITUDES DIGITALES PARA DIRECTIVOS

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 NNNT 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. Criptografía
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 2. ESTRATEGIA EMPRESARIAL

MÓDULO 1. CONTROL DE GESTIÓN Y CUADRO DE MANDO INTEGRAL PARA DIRECTIVOS: C.M.I. EXPERT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMPETITIVIDAD Y MANAGEMENTENT ESTRATÉGICO

1. Introducción
2. Competitividad empresarial y ventajas competitivas
3. La ventaja competitiva y la generación de valor añadido
4. El pensamiento estratégico
5. Política, planificación y estrategia de adaptación en un entorno competitivo
6. Previsión, prospectiva y métodos de escenarios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS DE GESTIÓN

1. El Benchmarking como herramienta estratégica de gestión
2. Herramientas para la Gestión de la Calidad Total
3. Técnicas para Mejorar el Funcionamiento de un Equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODELOS ORGANIZATIVOS: LA HUMANIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1. La importancia de las organizaciones
2. Aproximación conceptual a la organización
3. Tipos de organizaciones
4. La estructura
5. Cambio y desarrollo en la organización
6. El coach como agente de cambio
7. Impactos derivados de la introducción de una cultura de coaching
8. Profesionales con vocación de persona

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL EQUIPO EN LA ORGANIZACIÓN ACTUA

1. La importancia de los equipos en las organizaciones actuales
2. Modelos explicativos de la eficacia de los equipos
3. Composición de equipos, recursos y tareas
4. Los procesos en los equipos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRESUPUESTO. ANÁLISIS DE DESVIACIONES

1. Introducción al Control de Gestión
2. Presupuestos
3. Análisis de desviaciones
4. Análisis mediante ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CENTROS DE RESPONSABILIDAD. AUDITORÍAS DE GESTIÓN

1. Centros de responsabilidad
2. Criterios de evaluación
3. Centros de costes operativos
4. Centros de gastos discrecionales
5. Normas de Auditoría generalmente aceptadas
6. Auditoría interna y de gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CUADRO DE MANDO INTEGRAL

1. Introducción al cuadro de mando integral
2. Construcción del Cuadro de Mando
3. La perspectiva financiera
4. La perspectiva del cliente
5. Perspectiva interna
6. Perspectiva de aprendizaje

MÓDULO 2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA EMPRESA SOSTENIBLE

1. Introducción a la RSC
2. Principios y Valores de la Ética
3. La Empresa Tradicional y el Cambio de Modelo
4. Concepto de Responsabilidad Social Corporativa.
5. ¿Qué elementos debe contener la RSC?
6. Implantación de la RSC: la peculiaridad de las PYMES
7. Análisis de la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS VALORES ÉTICOS DE LA RSC

1. La Empresa Responsable y Sostenible: sus Valores Éticos
2. Valores y principios de la empresa tradicional
3. Valores y principios de la empresa responsable y sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL NUEVO MODELO DE EMPRESA RESPONSABLE SOSTENIBLE

1. Fundamentos de la Empresa Socialmente Responsable
2. Características de la Empresas Socialmente Responsable
3. Creación de Valor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

1. Dirección de la empresa responsable sostenible
2. El Gobierno Corporativo
3. Ética Directiva en la Empresa Responsable y Sostenible
4. Auditorías éticas y de RSC
5. El Diseño de un Programa de Actuación de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS OBJETIVOS Y LA GESTIÓN DE LA RSC EN LAS ORGANIZACIONES

1. Formulación de objetivos de RSC
2. Planificación y programación de las actividades de la RSC
3. Control y seguimiento de los avances en RSC
4. Metodología para Implantar un Proceso de Gestión de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

1. Los Grupos de Interés
2. Concepto y Tipología de los stakeholders
3. Las Relaciones con los Grupos de Interés
4. La RSC y los distintos Grupos de Interés

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL MUNDO

1. La RSC en materia de Derechos humanos
2. La RSC en materia de Derechos laborales
3. La RSC en materia Medioambiental
4. La RSC en el ámbito de la Protección de Datos a nivel internacional
5. Otras Normas e Iniciativas Internacionales sobre RSC
6. Ventajas prácticas de la aplicación de la RSC en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EUROPA

1. Instrumentos de RSC a nivel europeo
2. Antecedentes de la RSC en la Unión Europea
3. Estado de la RSC a nivel europeo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ESPAÑA

1. Introducción a la RSC en España
2. La RSC en el ámbito de los Derechos Humanos
3. La RSC en el ámbito de los Derechos Laborales
4. La RSC en el ámbito de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres
5. La RSC en el ámbito de la protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA NORMATIVA ISO 26000

1. Introducción a la Norma ISO 26000
2. Antecedentes históricos
3. Propósitos de la Norma ISO 26000
4. Características de la Norma ISO 26000
5. Terminología aplicada a la Norma ISO 26000
6. Estructura y contenido de la Norma ISO 26000
7. Principales grupos de stakeholders que intervienen en la Norma ISO 26000
8. Actuaciones respecto a la Norma ISO 26000

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. MODELO RS10

1. Introducción al modelo RS10
2. Concepto de auditoría

3. La Responsabilidad Social Corporativa según el modelo RS10
4. Auditorías en los sistemas de gestión según el modelo RS10
5. Sistemas de gestión de la Responsabilidad Social
6. Gestión de los recursos según el modelo RS10
7. Requisitos del sistema de gestión de la Responsabilidad Social ante los grupos de interés
8. Medición, análisis y mejora del sistema de gestión de la RS

PARTE 3. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral

4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

PARTE 4. E-RRHH - NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE E-LEARNING PARA APOYAR LA FORMACIÓN.

1. Introducción.

2. Internet como forma de enseñar y aprender.
3. Marco teórico.
4. Ventajas del e-learning en la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO.

1. Introducción.
2. Objetivos
3. Criterio para el desempeño de la gestión.
4. Medidas.
5. Elección del evaluado y del evaluador.
6. Momento adecuado.
7. Logística.
8. Comunicación.
9. Seguimiento.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.

1. Arquitecturas en la gestión del conocimiento.
2. Funcionalidades.
3. Herramientas de búsqueda de información.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NNTT APLICADAS A LA METODOLOGÍA DE ORIENTACIÓN Y FORMACIÓN INDIVIDUALIZADA PARA EJECUTIVOS Y PROFESIONALES

1. ¿Qué es el coaching?
2. Un poco de historia.
3. “Lo que el pensamiento pueda configurar el hombre puede alcanzar”.
4. Concepto de coaching.
5. Life coach o coach personal.
6. Cuadro de cualidades y habilidades de un coach.
7. Metodología del coaching.
8. Preguntas frecuentes sobre el coaching.
9. ¿Cómo trabaja y qué espera de su cliente?
10. Para los futuros coaches.
11. ¿Qué beneficios tendrías si fueras un coach?

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTRANET COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA (I).

1. Operativa en las empresas.
2. Intranet.
3. Las ventajas al implementar intranet.
4. Aplicaciones concretas de intranet.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INTRANET COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA (II).

1. Justificaciones de una Intranet.
2. Los Mitos Generados sobre Intranet.
3. ¿Qué necesitamos para tener una Intranet?
4. Estructura Organizacional.

5. Intercambio de información a nivel Interno.
6. Intercambio de información a nivel Externo.
7. Barreras en el Intercambio de Información.
8. Recursos Disponibles.
9. Definición de Objetivos Generales.
10. Definición de Objetivos Puntuales.
11. Infraestructura en Sistemas de la Organización.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TECNOLOGÍAS APLICADAS AL DESARROLLO DEL TALENTO.

1. ¿Qué es la administración del talento humano?
2. Definición de recursos y talento humano.
3. ¿Por qué la administración del talento humano es importante?
4. Desarrollo de una filosofía del talento humano.
5. Formación y desarrollo del talento humano.
6. Enfoque de diagnóstico a la formación.
7. Estimación de las necesidades de formación.
8. Selección y diseño de los programas de formación.
9. Elección del contenido de la formación.
10. Elección de los métodos para impartir información.
11. La motivación.
12. Expectativas del proceso de motivación.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS EFICIENTES EN INTERNET PARA LA SELECCIÓN DE PERSONAL.

1. Introducción.
2. Usar Internet en la selección de personal.

PARTE 5. LAS ORGANIZACIONES Y EL USO DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

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

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

