

Máster en Negocios Digitales



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.



Máster en Negocios Digitales



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Negocios Digitales con 1500 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 XXXXXXXXXXXXXXXX.
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 Examen Convulsivo, Categoría Profesional del Consejo Profesional de la UNEDCO (Borr. Resolución 0048)



Descripción

El Máster en Negocios Digitales es tu pasaporte al futuro del mundo empresarial. Los negocios digitales están en pleno auge, transformando industrias y ofreciendo un sinfín de oportunidades laborales. Este máster te prepara para liderar la revolución digital, dotándote de habilidades esenciales en estrategia digital, posicionamiento online, y gestión de la innovación. Aprenderás a desarrollar planes de negocio digitales y a utilizar herramientas tecnológicas avanzadas como Big Data, inteligencia artificial, y blockchain. Además, te sumergirás en el fascinante mundo del metaverso, entendiendo su impacto en la economía digital. Con una demanda creciente de profesionales capacitados en transformación digital, este máster te ofrece una ventaja competitiva única. Al estudiar de manera online, tendrás la flexibilidad de aprender a tu ritmo, desde cualquier lugar. No pierdas la oportunidad de convertirte en un líder en un sector en expansión y altamente demandado.

Objetivos

'- Desarrollar estrategias de negocio digital basadas en modelos lineales y de plataforma. - Diseñar un plan de negocio digital optimizado para el mercado actual. - Implementar técnicas avanzadas de SEO y SEM para mejorar el posicionamiento online. - Analizar datos con Google Analytics para tomar decisiones empresariales informadas. - Crear estrategias de Inbound Marketing que atraigan y conviertan clientes potenciales. - Aplicar Big Data e inteligencia artificial para innovar en marketing digital. - Gestionar proyectos ágiles utilizando metodologías como Scrum y Kanban.

Para qué te prepara

El Máster en Negocios Digitales está dirigido a profesionales y titulados que buscan profundizar sus conocimientos en áreas como estrategias digitales, marketing digital, analítica web y gestión de la innovación tecnológica. Ideal para aquellos interesados en liderar la transformación digital y aplicar metodologías ágiles en la gestión del talento y dirección financiera en entornos digitales.

A quién va dirigido

Al completar el Máster en Negocios Digitales, estarás preparado para diseñar e implementar estrategias digitales innovadoras, gestionar proyectos con metodologías ágiles y optimizar el posicionamiento online mediante SEO y SEM. Podrás utilizar herramientas avanzadas como Google Analytics y CRM para mejorar la relación con los clientes, además de integrar el Big Data y la inteligencia artificial en la toma de decisiones empresariales. Serás capaz de liderar la transformación digital de las organizaciones, aprovechando las oportunidades del metaverso y blockchain.

Salidas laborales

'- Consultor en transformación digital - Gerente de estrategia digital - Especialista en SEO/SEM - Analista de big data - Director de marketing digital - Gestor de proyectos ágiles - Administrador de CRM - Consultor en blockchain - Especialista en metaverso - Analista financiero digital - Responsable de talento digital

TEMARIO

MÓDULO 1. PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA IDEA DE NEGOCIO

1. Identificación y valoración de ideas
2. Estrategia y modelo de negocio
3. Definir el Modelo de Negocio: Business Model Canvas
4. Lean Startup y producto mínimo viable
5. Buyer's Journey
6. Growth Hacking: Estrategia de Crecimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MODELO DE NEGOCIO LINEAL VS PLATAFORMA

1. Modelo Lineal
2. Modelo de Negocio de Plataforma
3. Network Effect o Economía de Red
4. Modelo de Negocio Free
5. Modelo de Negocio Freemium
6. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIGITAL BUSINESS PLAN

1. El plan de negocio online
2. Procedimiento de elaboración
3. La Introducción y Descripción del Plan de Negocio Digital
4. Estudio de mercado: entorno, público objetivo, competencia y canales
5. Descripción del producto o servicio
6. Estructura legal de la empresa
7. Estrategia de marketing: precio, producto, comunicación y distribución
8. Recursos humanos y tecnológicos
9. Análisis económico-financiero

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DIGITAL

1. Estrategias de transformación digital: global, por etapas y funciones, spin-off
2. Empresa a los consumidores y clientes: construcción colaborativa de ofertas, comunicación colaborativa sobre la marca, innovación colaborativa, medios sociales...
3. Modelo de Trabajo en un entorno digital
4. Enfoques: Mobile first, Lean startup, Growth hacking

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DIGITALIZAR LA GESTIÓN Y LA ORGANIZACIÓN

1. Factores clave de éxito en un proyecto de transformación digital
2. Procedimientos de trabajo y acelerar la toma de decisiones
3. Digitalizar la mentalidad de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA

1. Análisis tecnológico
2. El proceso de evaluación de las nuevas tecnologías Riesgos, costes y oportunidades
3. Calendario de actividad
4. Implantación de nuevas tecnologías
5. Gestión tecnológica

MÓDULO 2. CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EFECTIVA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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

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

MÓDULO 5. 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

MÓDULO 6. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (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 del cliente vista desde la parte interna de la empresa
3. La innovación en el CEM
4. Procesos colaborativos: Crossuser 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 adquirir clientes
3. Cross Selling (venta cruzada)
4. Up Selling (ventas añadidas)
5. Mayor eficiencia y productividad comercial
6. Reducción de costes en comunicación
7. Inexistencia de duplicidades (en procesos y datos)
8. Conocimiento del mercado y de nuestro target

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM PARA LA 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

MÓDULO 7. INTRODUCCIÓN AL METAVERSO Y TECNOLOGÍAS ASOCIADAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET Y SU EVOLUCIÓN A WEB 3.0

1. Cómo funciona internet
2. Evolución de la web
3. Web 3.0 y el metaverso

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ¿QUÉ ES EL METAVERSO?

1. Iniciándose en el Metaverso

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HISTORIA DEL METAVERSO

1. Historia del metaverso

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GIGANTES TECNOLÓGICAS Y METAVERSO

1. Gigantes de la tecnología y metaverso

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MUNDO VIRTUAL (VW), REALIDAD VIRTUAL (VR), REALIDAD AUMENTADA (AR) Y REALIDAD MIXTA (MR) Y SU RELACIÓN CON EL METAVERSO

1. Tipos de realidades

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN METAVERSO

1. Papel de la inteligencia artificial en metaverso

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOCKCHAIN Y METAVERSO

1. Introducción e historia
2. Blockchain y metaverso

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FINANZAS Y ECONOMÍA EN EL METAVERSO

1. Metaverso y finanzas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. METAVERSO Y CRIPTOMONEDAS

1. Criptomonedas en el metaverso

UNIDAD DIDÁCTICA 10. METAVERSO Y NFTS

1. Nfts y el metaverso

UNIDAD DIDÁCTICA 11. FUTURO DEL METAVERSO

1. Mirando hacia el futuro del metaverso
2. El futuro del trabajo en el metaverso

MÓDULO 8. DESCENTRALIZACIÓN UNIVERSAL. BLOCKCHAIN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS

1. ¿Qué es Blockchain? Introducción e historia
2. Criptomonedas
3. Redes Blockchain: Pública, Privada e Híbrida
4. Campos de aplicación de la tecnología Blockchain
5. Pros y contras de Blockchai

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CRIPTOGRAFÍA

1. Perspectiva histórica y objetivos de la criptografía
2. Teoría de la información
3. Propiedades de la seguridad que se pueden controlar mediante la aplicación de la criptografía
4. Criptografía de clave privada o simétrica
5. Criptografía de clave pública o asimétrica
6. Algoritmos criptográficos más frecuentemente utilizados
7. Funciones Hash y los criterios para su utilización
8. Protocolos de intercambio de claves
9. Herramientas de Cifrado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BLOCKCHAIN: PRINCIPIOS TECNOLÓGICOS

1. Aplicaciones descentralizadas o DAPP
2. Redes P2P
3. Elementos de la arquitectura
4. Principios de funcionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LAS LIMITACIONES ACTUALES

1. Limitaciones del Blockchain en la contratación y propiedad. Aspectos introductorios
2. Naturaleza del Blockchain
3. Naturaleza de los Contratos Inteligentes
4. El Uso de Blockchain en la Contratación de Derechos Personales
5. Tecnología Blockchain en la Contratación de Derechos Reales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CRIPTODERECHO

1. Regulación Legal de la Cadena de Bloques
2. Red descentralizada carente de dueño
3. Naturaleza y función de las Criptomonedas
4. Reglamento UE

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN A LOS CONTRATOS INTELIGENTES

1. Progreso de la normativa de la Contratación Electrónica
2. Los Contratos Inteligentes o Smart Contracts
3. Aspectos básicos de Smart Contracts
4. Funcionamiento de los Smart Contracts

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SOLUCIONES SMART CONTRACT

1. El principio de neutralidad tecnológica como pilar de la innovación
2. Los Contratos Inteligentes desde la perspectiva del Derecho de la Contratación
3. Medios de prueba de Smart Contracts
4. Usos de los Contratos Inteligentes
5. ¿Qué es IoT?

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ALGORITMOS DE CONSENSO

1. Delimitación al término de Algoritmo de Consenso
2. Diferencias entre Algoritmos de Consenso y Protocolos
3. Tipos de Algoritmos de Consenso

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CREACIÓN DE CONTRATOS INTELIGENTES CON SOLIDITY

1. Los Contratos Inteligentes mediante Solidity
2. Creación de un contrato simple
3. Contrato de Submoneda
4. Instalación de Solidity
5. Condiciones de Seguridad
6. Solidity mediante ejemplos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TEST Y AUDITORÍA DE SMART CONTRACTS

1. Blockchain y Auditoría
2. La revolución del sector de la Auditoría
3. Test y Auditoría de Smart Contracts
4. Estándares y Directrices de la Auditoría
5. Planificación, ejecución y seguimiento

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

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 interacción 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. GESTIÓN DEL TALENTO EN EMPRESAS DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA ESTRATEGIA DIGITAL EN LA EMPRESA

1. Productos 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 profesionales
2. Gestión intergeneracional 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 11. DIRECCIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA EMPRESA Y 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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO ECONÓMICO: CICLO ECONÓMICO E INFLACIÓN

1. Los ciclos económicos: Fluctuaciones y fases
2. La inflación y los ciclos
3. Entorno económico internacional: tendencias, devaluación y mercado de divisas
4. Balanza de pagos
5. Ejercicio Resuelto. Cálculo del IPC

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LAS MATEMÁTICAS FINANCIERAS

1. Capitalización simple
2. Capitalización compuesta
3. Rentas
4. Préstamos
5. Empréstitos
6. Valores mobiliarios
7. Ejercicio Resuelto. Tipos de préstamos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CAPITALIZACIÓN Y DESCUENTO DE LAS INVERSIONES

1. Valor temporal del dinero
2. Capitalización y descuento simples
3. Capitalización y descuento compuestos y continuos
4. Valoración de rentas financieras
5. Tanto anual de equivalencia (TAE)
6. Ejercicio Resuelto. Cálculo de la tasa anual equivalente (TAE)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICAS DE DIVIDENDOS

1. Dividendos y sus clases
2. Relevancia de la política de dividendos
3. Dividendos e imperfecciones del mercado
4. Dividendos e impuestos
5. Ejercicio Resuelto. Cálculo y tributación de dividendos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CARTERAS DE FONDOS DE INVERSIÓN

1. Los fondos de inversión
2. Sociedades de Inversión de Capital Variable (SICAV)
3. Fondos de inversión libre
4. Fondos de fondos de inversión libre
5. Fondos cotizados o ETF
6. Ejercicio Resuelto. Letras del tesoro

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CARTERAS DE VALORES

1. Teoría y gestión de carteras: fundamentos
2. Evaluación del riesgo según el perfil del inversor
3. Función de utilidad de un inversor con aversión al riesgo
4. Ejercicio Resuelto. Cálculo de la rentabilidad de una cartera

