

**Máster en Transformación Digital de Empresas + 60 Créditos ECTS**





Elige aprender en la escuela  
**líder en formación online**

# ÍNDICE

1 | Sobre Euroinnova

2 | Alianza

3 | Rankings

4 | Alianzas y acreditaciones

5 | By EDUCA EDTECH Group

6 | Metodología

7 | Razones por las que elegir Euroinnova

8 | Financiación y Becas

9 | Metodos de pago

10 | Programa Formativo

11 | Temario

12 | Contacto



## SOMOS EUROINNOVA

---

**Euroinnova International Online Education** inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de  
**19**  
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





Desde donde quieras y como quieras,  
**Elige Euroinnova**

## ALIANZA EUROINNOVA Y UTAMED

---

**Euroinnova y UTAMED** (Universidad Tecnológica Atlántico-Mediterráneo) sellan una alianza estratégica que marca un nuevo hito en la evolución de la formación online. Por un lado, Euroinnova ha consolidado su papel como una institución de referencia en la especialización del sector educativo, ofreciendo formación dirigida a opositores, docentes y profesionales a través de másteres y cursos que responden a los desafíos actuales del aula y del entorno educativo global.

Por su parte, UTAMED surge como una universidad innovadora y con visión internacional, que articula su modelo educativo en torno al eje Atlántico-Mediterráneo. Con un enfoque 100% online, flexible y multidisciplinar, UTAMED apuesta por una formación conectada con los retos globales, la tecnología educativa y la empleabilidad.

Gracias a esta alianza, ambas instituciones unen fortalezas para ofrecer un entorno formativo que integra excelencia académica, herramientas tecnológicas y actualización constante. La inteligencia artificial, la personalización del aprendizaje y los recursos digitales interactivos forman parte de una experiencia educativa orientada al futuro.

Esta colaboración permite desarrollar programas conjuntos diseñados para superar barreras geográficas y responder a los cambios sociales, digitales y laborales, ampliando así el acceso a una educación de calidad, con impacto real.



## RANKINGS DE EUROINNOVA

---

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES



## BY EDUCA EDTECH

---

Euroinnova 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.



Programas  
**PROPIOS**  
**UNIVERSITARIOS**  
**OFICIALES**

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

### 1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia**.
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan**.
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

### 2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

### 3. Nuestra Metodología



#### 100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



#### APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



#### EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



#### NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante



## 4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



## 5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



## 6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

## FINANCIACIÓN Y BECAS

---

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

**25%** Beca  
**ALUMNI**

**20%** Beca  
**DESEMPLEO**

**15%** Beca  
**EMPRENDE**

**15%** Beca  
**RECOMIENDA**

**15%** Beca  
**GRUPO**

**20%** Beca  
**FAMILIA  
NUMEROSA**

**20%** Beca  
**DIVERSIDAD  
FUNCIONAL**

**20%** Beca  
**PARA PROFESIONALES,  
SANITARIOS,  
COLEGIADOS/AS**



## MÉTODOS DE PAGO

---

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



## Máster en Transformación Digital de Empresas + 60 Créditos ECTS



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
60 ECTS

## Titulación

Titulación de Máster de Formación Permanente en Transformación Digital de Empresas con 1500 horas y 60 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ATLÁNTICO - MEDITERRÁNEO

Considerando que, conforme a la legislación y normativas universitarias vigentes,

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

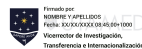
con nº de identificación XXXXXXXX, ha superado con aprovechamiento los estudios correspondientes y conforme a lo dispuesto en la legislación vigente, a las Normas de Organización y Funcionamiento de Universidad Tecnológica Atlántico-Mediterráneo se expide el presente diploma de

#### Nombre del curso

dirigido a Educación, realizado entre el (día) de (mes) de (año) y el (día) de (mes) de (año), con una asignación de XX horas (X créditos ECTS), por haber acreditado convenientemente los requisitos exigidos por la normativa vigente aplicable.

Dado en (lugar), a (día) de (mes) del (año).

El alumno  
NOMBRE DEL ALUMNO



El presente título es un carácter propio de formación permanente, conforme al artículo 37 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre. No confiere carácter oficial ni equivalencia académica con títulos del sistema universitario oficial español.



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Descripción

---

Gracias a este Master en formación permanente en Transformación Digital de Empresas podrás conocer de primera mano los diferentes principios y procesos que se aplican en las empresas. Cuando haya finalizado, el alumno tendrá la capacidad de optimizar el impacto que las nuevas tecnologías pueden ejercer a través de las diferentes estrategias de mercado que realizan las organizaciones, pudiendo aumentar la rentabilidad de las acciones emprendidas. Por último, el alumno tendrá la posibilidad de estudiar el negocio que lleva, o para el que trabaja, de manera que pueda aplicar cambios o, al menos proponerlos, en vistas a ofrecer mejorar, y llegar a fidelizar más clientes que es lo que realmente es importante.

## Objetivos

---

- Saber en qué consiste la transformación digital y como aplicarla a una empresa en términos generales.
- Conocer las características propias del marketing digital y sus estrategias.
- Tener la posibilidad de descubrir el uso del Big Data
- Estudiar todo lo relacionado con la innovación tecnológica en una organización.
- Profundizar en las herramientas con las que tiene que contar un Social Media Management.

## Para qué te prepara

---

Este Master en formación permanente en Transformación Digital de Empresas puede ir dirigido a propietarios de negocios, responsables, asesores, consultores o cualquier persona interesada en conocer y adaptarse a las nuevas tecnologías que ofrece el mercado para que la empresa pueda optimizar sus estrategias y sacarles la mayor rentabilidad.

## A quién va dirigido

---

Con este Master en formación permanente en Transformación Digital de Empresas tendrás la posibilidad de aprender las nuevas tendencias dentro del mundo del marketing y de la empresa dirigidas a modernizar las estrategias comerciales y de posicionamiento con las herramientas más innovadoras. Con los conocimientos adquiridos podrás optimizar la imagen de una organización independientemente de su tamaño o del sector en el que se desenvuelva.

## Salidas laborales

---

Las salidas profesionales de este Master en formación permanente en Transformación Digital de Empresas son las de asesor, consultor, directivo, responsable de comunicación o estrategia. Se puede



decir que todas las posiciones relacionadas con la imagen y la estrategia comercial de una organización. Desarrolla tu carrera profesional y adquiere una formación avanzada.



## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA EMPRESAS Y 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 COLABORATIVOS

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 instantánea
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. 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

#### MÓDULO 2. WEBMARKETING: GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DIGITALES PARA LA EMPRESA



## 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. BUSCADORES SEO

1. Introducción al SEO/SMO
2. Principales características de GOOGLE
3. Algoritmos de GOOGLE
4. ¿Cómo funciona Google?

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. PALABRAS CLAVE

1. ¿Qué son las palabras clave?
2. Definiendo las palabras clave
3. Creando palabras clave
4. Monitorizando resultado de palabras clave

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. GOOGLE ANALYTICS

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Cómo funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?

8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos
11. Eventos
12. Porcentaje de abandono
13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics
20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. FUNCIONES BÁSICAS DE GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a las funciones de Analytics
2. Nociones básicas de Google Analytics
3. Añadir anotaciones en gráficos
4. Comparación de periodos
5. Exportar Informes
6. Añadir métricas a un gráfico
7. Crear, editar y eliminar segmentos
8. Crear un nuevo panel
9. Añadir un Widget al Panel
10. Tiempo real
11. Tipos de informes de Google Analytics: diagramas animados, gráfico por hora, día, semana, mes, etc?
12. Configuración del envío automático de informes
13. Audiencia
14. Enlazar cuenta de Google AdWords con Google Analytics
15. AdWords

## MÓDULO 3. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES Y ESTRATEGIAS DE INBOUND MARKETING

### 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. INBOUD MARKETING: CONCEPTOS CLAVES

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE ATRACCIÓN

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Los blogs Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Social Media

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE CONVERSIÓN

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. FASE DE CIERRE

1. Marketing Relacional
2. Gestión de relaciones con los clientes CRM
3. Email marketing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. FASE DE DELEITE

1. Encuestas
2. Contenido inteligente
3. Monitorización Social

#### MÓDULO 4. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA. BUSINESS INTELLIGENCE Y DATA SCIENCE

##### 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. 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 3. 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 4. 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 5. INTRODUCCIÓN AL DATA SCIENCE

1. ¿Qué es Data Science?
2. Historia del Data Science
3. ¿Qué función tiene un Científico de datos?
4. Data Science vs Big Data. Principales diferencias

### MÓDULO 5. ESPECIALISTA EN GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES

#### 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

## MÓDULO 6. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

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

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights
10. Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas
9. Actualizaciones de Instagram
10. Funcionalidades de la versión de pago

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

1. Introducción a X Corp.
2. Elementos básicos de X Corp.
3. X Corp para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de X Corp.
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. X Corp. Analytics

8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. 11. Funcionalidades de la versión premium

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

1. Introducción a Twitch
2. El éxito de Twitch
3. Generar suscriptores en Twitch
4. Contenidos y recomendaciones
5. Twitch e influencers
6. Streamlabs
7. Publicidad en Twitch
8. Seguimiento y medición de resultados

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1. ¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2. Creación de contenido en Tik Tok
3. Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
4. El papel del marketing en Tiktok
5. Tiktok e influencers
6. Tiktok Ads

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS



1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Pixel de Facebook
10. Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en X Corp
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. X Corp. Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

1. Introducción a TikTok Ads Manager
2. Creación de una campaña de publicidad en TikTok
3. Tipos de contenidos y herramientas clave
4. Seguimiento y monitorización de los resultados

#### MÓDULO 7. ANALÍTICA WEB Y BIG DATA

##### 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 ti o tu empresa?
4. Glosario de Analítica Web

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. 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 4. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUALITATIVA

1. Introducción
2. La usabilidad Web
3. Pruebas Online y a Distancia
4. Las encuestas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN DE KPIS

1. Definición de KPIs
2. KPI, CSF y metas
3. Principales KPIS
4. Ejemplos de KPIS
5. Supuesto práctico. Cálculo de KPI con Excel

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. CI. INTELIGENCIA COMPETITIVA

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANALÍTICA WEB 2.0. MÓVILES Y VÍDEOS

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

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB 2.0. REDES SOCIALES

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

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 10. MÁS ALLÁ DE LOS DATOS

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

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. DEL BIG DATA AL LINKED OPEN DATA

1. Concepto de web semántica
2. Linked Data Vs Big Data
3. Lenguaje de consulta SPARQL

## MÓDULO 8. SEM- GOOGLE ADS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. Ventajas de la publicidad online
2. ¿Qué es Google Ads?
3. Fundamentos de Google Ads
4. Crear una cuenta en Google Ads
5. Campañas, grupos de anuncios y palabras clave
6. Planificador de palabras clave

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PUBLICIDAD EN BÚSQUEDAS

1. Funcionamiento
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Pujas y presupuestos
5. Administración, medición y supervisión de campañas
6. Optimización

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLICIDAD EN DISPLAY

1. Introducción
2. Configuración campaña

3. Anuncios
4. Audiencias, segmentación y remarketing
5. Medición y optimización

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUBLICIDAD PARA MÓVILES

1. Ventajas de la publicidad mobile
2. Pujas y segmentación
3. Anuncios
4. Medición

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD EN SHOPPING

1. Google Merchant Center
2. Campañas de shopping

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE COPYWRITING APLICADAS A CAMPAÑAS CON GOOGLE ADS

1. Copywriting y Google Ads
2. Copywriting en publicidad de búsquedas
3. Copywriting en publicidad display
4. Copywriting en publicidad para móviles
5. Copywriting en publicidad shopping

#### MÓDULO 9. 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 10. PROYECTO FINAL DE MÁSTER





**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By  
**EDUCA EDTECH**  
Group