

**Máster en Digitalización y Reestructuración de Modelos de Negocio + 60
Créditos ECTS**





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos INEAF

2 | Alianzas

3 | Rankings

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones
por las que
elegir
Ineaf

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto



SOMOS INEAF

INEAF es una institución especializada en **formación online fiscal y jurídica**. El primer nivel de nuestro claustro y un catálogo formativo en constante actualización nos hacen convertirnos en una de las principales instituciones online del sector.

Los profesionales en activo y recién graduados reciben de INEAF una alta cualificación que se dirige a la formación de especialistas que se integren en el mercado laboral o mejoren su posición en este. Para ello, empleamos **programas formativos prácticos y flexibles con los que los estudiantes podrán compaginar el estudio con su vida personal y profesional**. Un modelo de formación que otorga todo el protagonismo al estudiante.

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





Fórmate, crece, desafía lo convencional,
Elige INEAF

ALIANZA INEAF Y UTAMED

UTAMED e INEAF se alían para ofrecer una formación jurídica, fiscal y empresarial de excelencia en entornos digitales.

INEAF (Instituto Europeo de Asesoría Fiscal) es una institución especializada en la formación de profesionales en áreas jurídicas, contables y tributarias. Su experiencia en formación online práctica y enfocada al ejercicio profesional la convierte en un referente para juristas, economistas y asesores fiscales.

Por su parte, UTAMED aporta su modelo universitario digital, flexible e internacional, con programas de grado y posgrado centrados en áreas clave para el desarrollo profesional en contextos normativos y empresariales en constante evolución.

La alianza permite estructurar itinerarios que conectan la especialización técnica con la formación universitaria, ofreciendo al alumno una ruta integral de formación académica y profesional, con validez académica y alto valor en el mercado laboral.

Con metodologías activas, contenidos actualizados y plataformas tecnológicas avanzadas, UTAMED e INEAF impulsan una propuesta formativa a la altura de los nuevos desafíos del sector legal y financiero.





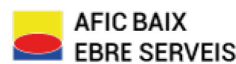
RANKINGS DE INEAF

La empresa **INEAF** ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias a sus programas formativos y flexibles, así como un modelo de formación en el que el alumno es el protagonista.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean indicadores como la reputación online y offline, la calidad de la institución, el perfil de los profesionales.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



BY EDUCA EDTECH

INEAF 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 INEAF

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 INEAF.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, INEAF cuenta con un equipo humano formado por más de **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

INEAF 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 Digitalización y Reestructuración de Modelos de Negocio + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
60 ECTS

Titulación

Titulación de Máster de Formación Permanente en Digitalización y Reestructuración de Modelos de Negocio con 1500 horas y 60 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



INEAF BUSINESS SCHOOL
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ATLÁNTICO - MEDITERRÁNEO

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 UTAMED

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)

NOMBRE ALUMNO/A
 Firma del Alumno/a

NOMBRE DE ÁREA MANAGER
 La Dirección Académica



Con Solicitud Consultiva, Cargos Especial de Consejo Económico Social de la UNEDCC (Mun. Resolución 09/04)

Descripción

La transformación digital viene impulsada de manera constante por el crecimiento de las empresas, las necesidades del consumidor y, especialmente, por el desarrollo de las nuevas tecnologías como es el claro ejemplo del blockchain. Actualmente las empresas operan en un entorno globalizado, digitalizado y altamente competitivo en el cual se ven obligadas a incorporar la transformación digital, o de lo contrario morirán. Este Master en Transformación Digital te proporcionará las habilidades digitales y el conocimiento de las tecnologías disponibles que necesitas para transformar digitalmente tu empresa y optimizar sus diferentes áreas de actuación. Te ofrecemos un método de formación online y flexible, con contenidos actualizados y un equipo docente especializado a tu disposición.

Objetivos

- Comprender los principales elementos de la transformación digital.
- Establecer el mindset digital y adquirir las habilidades necesarias.
- Dominar las principales tecnologías que impulsan la transformación digital.
- Aplicar estrategias de marketing digital y omnicanalidad para impulsar un negocio.
- Identificar las herramientas tecnológicas para digitalizar la gestión de Recursos Humanos.
- Comprender los principales avances en Logística 4.0.



INEAF
 BUSINESS SCHOOL

Para qué te prepara

El presente Master en Transformación Digital está dirigido a todos aquellos profesionales y estudiantes de cualquier ámbito, que deseen especializarse en la transformación digital de empresas, asociaciones y organizaciones de todo tipo. Como emprendedor o empresario dispondrás de las herramientas necesarias para actualizar e impulsar tu negocio.

A quién va dirigido

Este Master en Transformación Digital le preparará para adquirir las habilidades y conocimientos digitales necesarios para liderar el emprendimiento de estrategias y acciones que transformen disruptivamente tu organización. Lograrás optimizar los diferentes procesos de tu empresa y dotar a tu marca de un valor añadido que bien será percibido por el cliente. Conviértete en una de las figuras más demandadas en la actualidad.

Salidas laborales

Gracias a los conocimientos y competencias adquiridas a lo largo del programa del presente Master en Transformación Digital, podrás desarrollar tu carrera laboral como consultor de transformación digital o bien desempeñando puestos de Dirección y Gestión, Economía, Administración, Empresariales, Organización, Recursos humanos, Comercial o Ventas, que demanden la digitalización.

TEMARIO

MÓDULO 1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. Introducción a la transformación digital
2. Concepto de innovación
3. Concepto de tecnología
4. Tipología de la tecnología
5. Punto de vista de la ventaja competitiva
6. Según su disposición en la empresa
7. Desde el punto de vista de un proyecto
8. Otros tipos de tecnología
9. La innovación tecnológica
10. Competencias básicas de la innovación tecnológica
11. El proceso de innovación tecnológica
12. Herramientas para innovar
13. Competitividad e innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SOCIEDAD 3.0

1. Filosofía Web 3.0 y su impacto en el mundo empresarial
2. Socialización de la Web
3. Adaptación del mundo empresarial a las Nuevas tecnologías

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVO ECOSISTEMA DIGITAL

1. Community Manager
2. Chief Data Officer
3. Data Protection Officer
4. Data Scientist
5. Otros perfiles
6. Desarrollo de competencias informáticas
7. El Papel del CEO como líder en la transformación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN EL ENTORNO DIGITAL

1. La transición digital del modelo de negocio tradicional
2. Nuevos modelos de negocio
3. Freemium
4. Modelo Long Tail
5. Modelo Nube y SaaS
6. Modelo Suscripción
7. Dropshipping
8. Afiliación
9. Infoproductos y E-Learning



10. Otros

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. Diagnóstico de la madurez digital de la empresa
2. Análisis de la innovación en la empresa
3. Elaboración del roadmap
4. Provisión de financiación y recursos tecnológicos
5. Implementación del plan de transformación digital
6. Seguimiento del plan de transformación digital

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CASOS DE ÉXITO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. BBVA y la empresa inteligente
2. DKV Salud y #MédicosfrentealCOVID
3. El Corte Inglés
4. Cepsa y su apuesta por los servicios cloud de AWS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL NUEVO CLIENTE DIGITAL

1. Rediseñando el customer experience
2. La transformación de los canales de distribución: omnicanalidad
3. Plan de marketing digital
4. Buyer's Journey
5. Growth Hacking: estrategia de crecimiento
6. El nuevo rol del marketing en el funnel de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NUEVOS MERCADOS, NUEVAS OPORTUNIDADES

1. Oportunidades de innovación derivadas de la globalización
2. Como Inventar Mercados a través de la Innovación
3. Etapas de desarrollo y ciclos de vida
4. Incorporación al mercado
5. Metodologías de desarrollo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA INNOVACIÓN EN LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS

1. La transformación digital de la cadena de valor
2. La industria 4.0
3. Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
4. Modelos de proceso de innovación
5. Gestión de innovación
6. Sistema de innovación
7. Como reinventar las empresas innovando en procesos
8. Innovación en Procesos a través de las TIC
9. El Comercio Electrónico: innovar en los canales de distribución
10. Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
11. Caso Helvex: el cambio continuo
12. La automatización de las empresas: RPA, RBA y RDA



MÓDULO 2. FUNDAMENTOS DEL MINDSET DIGITAL, LA NUEVA FILOSOFÍA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL NUEVO ECOSISTEMA DIGITAL

1. Nuevos mercados, canales y hábitos de consumo
2. Competencias digitales y habilidades soft del mindset digital
3. Habilidades para liderar procesos y equipos hacia la transformación digital
4. Creación de estrategias de Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DEL MINDSET A LA EMPRESA

1. Funciones del perfil del mindset en la empresa
2. Nueva visión empresarial, bases del mindset digital
3. Aplicación del mindset digital a la reacción de nuevos modelos de negocios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. INTRODUCCIÓN AL DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT

1. Del Product Manager Tradicional al Digital Product Manager
2. Canal de venta online: eCommerce y perfil del consumidor actual
3. Emprendimiento y startups
4. Introducción a las nuevas metodologías
5. Desarrollo de la cultura "people centricity" en la empresa y digitalización de procesos
6. Tool box de mejores herramientas para agilizar procesos de transformación digital

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Definición de Business Intelligence o Inteligencia de negocio
2. Obtención y análisis de información
3. Utilidad y finalidades de la inteligencia de negocio
4. Toma de decisiones estratégicas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA DE NEGOCIO

1. Componentes de la inteligencia de negocio
2. Fuentes de información
3. El proceso de extracción, transformación y limpieza de datos o ETL
4. Herramientas fundamentales para la inteligencia de negocio
5. Herramientas OLAP

MÓDULO 3. METODOLOGÍAS ÁGILES

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. 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 3. 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 4. METODOLOGÍA SCRUM

1. La teoría Scrum: framework
2. El equipo
3. Sprint Planning
4. Cómo poner en marcha un Scrum

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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 6. LEAN THINKING

1. Introducción al Lean Thinking
2. Lean Startup

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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. Adaptive Software Development (ASD)
7. Feature Driven Development (FDD)
8. Agile Unified Process

MÓDULO 4. IOT: INTERNET DE LAS COSAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TECNOLOGÍAS APLICADAS A INTERNET DE LAS COSAS

1. La relación entre M2M e IoT
2. IoT y Smart Cities
3. Los sistemas inteligentes de transporte
4. Smart Home

UNIDAD DIDÁCTICA 3 DISPOSITIVOS Y APLICACIONES IOT

1. Dispositivos e IoT
2. Interfaces
3. Impresión 3D

UNIDAD DIDÁCTICA 4 SEGURIDAD EN IOT

1. La seguridad TIC
2. Tipos de seguridad TIC
3. Vulnerabilidades de IoT
4. Necesidades de seguridad específicas de IoT

UNIDAD DIDÁCTICA 5 SISTEMAS ENERGÉTICOS BASADOS EN IOT

1. La importancia de la eficiencia energética
2. Las fuentes de consumo
3. IoT como gran aliado de las energías renovables
4. Microrredes

UNIDAD DIDÁCTICA 6 SISTEMAS CIBERFÍSICOS

1. Contexto Sistemas Ciberfísicos (CPS)
2. Características CPS
3. Componentes CPS
4. Ejemplos de uso
5. Retos y líneas futuras



UNIDAD DIDÁCTICA 7 INTERNET DE LAS COSAS CON ARDUINO

1. Introducción a Arduino
2. Características
3. Objetivos
4. Una vuelta por el pasado
5. El microcontrolador
6. Componentes hardware

MÓDULO 5. ANALÍTICA DE DATOS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

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. 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 6. 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 7. 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 8. 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 6. 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

MÓDULO 7. TECNOLOGÍAS APLICADAS EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

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

1. Introducción a técnicas de E-learning
2. Internet va a incidir decisivamente en la forma de enseñar y aprender
3. Marco teórico
4. El E-learning y sus ventajas en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

1. Introducción a Herramientas para la Gestión del desempeño
2. Determinación de objetivos: desempeño, metas y tiempos
3. Medidas
4. Elección del evaluado y del evaluador
5. Momento adecuado
6. Logística
7. Comunicación
8. Seguimiento
9. Conclusión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

1. Introducción: Herramientas de Gestión del conocimiento
2. Arquitecturas en la gestión del conocimiento: funcionalidades
3. Herramientas de búsqueda y personalización de información

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

1. Introducción a la orientación y formación
2. ¿Qué es el coaching?
3. Un poco de historia
4. El compromiso con nuestros sueños Concepto de coaching
5. Life coach o coach personal
6. Cuadro de cualidades y habilidades de un coach
7. Metodología del coaching
8. ¿Cómo trabaja el coach y qué espera de su cliente?
9. Para los futuros coaches
10. Ejercicios Interactivos. Formación en la Empresa

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



1. Introducción a las Herramientas de Comunicación
2. Operativa en las empresas
3. Intranet
4. Las ventajas al implementar Intranet
5. 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. Recursos Disponibles
8. Definición de Objetivos Generales y Específicos
9. Definición de Objetivos Puntuales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TECNOLOGÍAS APLICADAS AL DESARROLLO DEL TALENTO

1. Introducción a tecnologías para el talento
2. ¿Qué es la administración del talento humano?
3. Definición de recursos y talento humano
4. Desarrollo de una filosofía propia de la administración del talento humano
5. Proceso de 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. Un modelo de expectativas del proceso de motivación

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

1. Introducción a la gestión de recursos humanos
2. Ventajas de usar Internet en la selección de personal
3. Ejercicios interactivos. Tecnologías de Recursos Humanos

MÓDULO 8. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA CADENA DE SUMINISTRO, LOGÍSTICA 4.0

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA LOGÍSTICA 4.0

1. Evolución histórica de la logística y su definición
2. Cuarta revolución industrial - industria 4.0
3. Logística tradicional vs logística 4.0
4. Procesos logísticos desde el punto de vista de la logística 4.0
5. Ventajas de la logística 4.0
6. Desafíos de la logística 4.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOGÍSTICA 4.0 Y SU REPERCUSIÓN EN LAS EMPRESAS

1. Logística 4.0 en empresas industriales
2. Logística 4.0 en operadores logísticos y distribuidores
3. Logística 4.0 en los nuevos modelos de negocio
4. Tendencias en logística 4.0
5. Impacto de la logística 4.0 en la cadena de valor de las organizaciones
6. Uso de la logística 4.0 para mejorar la experiencia de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPLEMENTACIÓN DE LA LOGÍSTICA 4.0

1. Desafíos de la implantación de la logística 4.0
2. Acciones a implantar en el ámbito de la gestión de stocks
3. Acciones a implantar en el ámbito de almacén
4. Acciones dentro del ámbito de la producción
5. Otras acciones transversales
6. Puesta en marcha de cuadros de mando logísticos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS 4.0 RELACIONADAS CON EL APROVISIONAMIENTO

1. El aprovisionamiento dentro de la cadena de suministro
2. Ciclo de vida del producto
3. Omnicanalidad y logística 4.0
4. Digitalización de las compras (digital procurement)
5. Crowdsourcing
6. Source to pay (S2P)
7. Procure to pay (P2P)
8. Source to contract (S2C)
9. Big data
10. Data analytics

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HIPERCONECTIVIDAD DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS

1. Internet de las cosas (IoT) aplicado a procesos logísticos
2. Cadena de suministro digital y el IoT
3. Cloud Computing
4. Sistemas integrados
5. Fabricación aditiva y simulaciones
6. Robots
7. Seguridad de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA GESTIÓN ALMACENES Y DE STOCK

1. Transformación de las empresas y sus almacenes. De físico a digital
2. Sistemas de preparación de pedidos digitales (visual picking)
3. Realidad aumentada en los almacenes
4. Drones para inventarios de almacenes
5. Inventarios digitales y su importancia
6. Quick response

7. Apps para la gestión de almacenes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

1. Tecnología para la optimización de la carga y el transporte
2. Tecnología para la optimización de cargas
3. Tecnología para la optimización del transporte
4. Sistemas Inteligentes de transporte en tiempo real (SIT)
5. Digitalización de la distribución capilar o la última milla
6. Tipos de plataformas logísticas en la Logística 4.0

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIGITALIZACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

1. Estrategias digitales de la cadena de suministro
2. Coordinación, control y KPIs de la cadena de suministro
3. Organización de los recursos humanos a través de medios digitales
4. BlockChain en la cadena de suministro

MÓDULO 9. BLOCKCHAIN EN LOS SECTORES INDUSTRIALES

UNIDAD DIDÁCTICA . 1. BLOCKCHAIN EN LA INDUSTRIA ENERGÉTICA

1. Introducción
2. Microrredes
3. Intercambio de energía
4. Rastrear el origen de la energía
5. Enerchain

UNIDAD DIDÁCTICA . 2. INTERNET DE LAS COSAS (IOT) Y M2M

1. Contexto IoT
2. Concepto
3. Elementos del IoT
4. Arquitectura IoT
5. M2M e IoT
6. Dispositivos y elementos empleados
7. Ejemplos de uso
8. Retos y líneas de trabajo futuras

UNIDAD DIDÁCTICA . 3. BLOCKCHAIN EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA Y LOGÍSTICA

1. Blockchain en la fabricación
2. Blockchain e impresión 3D
3. Blockchain en la cadena de suministro
4. Blockchain en logística

UNIDAD DIDÁCTICA . 4. BLOCKCHAIN EN EL SECTOR SANITARIO

1. Introducción
2. Seguridad en las historias clínicas

3. Gestión del paciente a largo plazo
4. Análisis de datos clínicos
5. Pharmchain

UNIDAD DIDÁCTICA . 5. BLOCKCHAIN EN EL SECTOR SEGUROS

1. Contexto actual
2. Alta de clientes
3. Tarificación de pólizas
4. Tramitación de siniestros
5. Consulta de información

UNIDAD DIDÁCTICA . 6. SMART CITY

1. Concepto
2. Características de la Smart City
3. Factores clave de las ciudades inteligentes
4. Smart Destination
5. Logros y barreras

MÓDULO 10. ESTRATEGIAS OMNICANAL Y CUSTOMER EXPERIENCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOMMERCE TRADICIONAL

1. Concepto
2. Modelos de negocio en la red
3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional
4. Relación con el cliente-proveedor
5. El proceso de compra
6. Comercio electrónico según el medio utilizado
7. Nuevas tendencias y paradigmas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LA VENTA OMNICANAL

1. Comprendiendo a los nuevos E-consumidores
2. Definición y diferencias entre Multicanalidad y Omnicanalidad
3. Estrategia omnicanal para superar las expectativas del consumidor
4. Ventajas vs desventajas
5. ¿Qué, cómo y a quién podemos vender?
6. Estrategias Omnicanal y el e-Commerce
7. Desafíos de los negocios online y el offline

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CANALES

1. Componentes y roles de los canales
2. Tipos de canal
3. El IOT
4. Diseño de estrategia de canales
5. Canvass Business Model
6. Desafíos en la Implementación de la estrategia de canales



7. Ejemplo caso de éxito: Nike omnichannel map

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OMNICHANNEL CUSTOMER EXPERIENCE

1. Concepto
2. Objetivos
3. Análisis del proceso

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

1. Concepto de Customer Journey
2. Fases de un Customer Journey
3. Comportamiento webrooming y showrooming
4. Beneficios y desventajas del showrooming y el webrooming para la distribución
5. Herramientas para crear un Customer Journey
6. Nuevas tendencias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BUYER PERSONA, CAPTACION Y FIDELIZACIÓN

1. Introducción al Buyer Persona
2. Cómo crear tu Buyer Persona
3. Herramientas de venta y captación
4. Retención y fidelización de clientes
5. Factores fundamentales de la fidelidad del cliente
6. Marketing dirigido y personalizado
7. Experiencia del Punto de Venta

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUNTOS CLAVE Y MÉTRICAS

1. Análisis integrado
2. Customer experience en los diferentes canales
3. Análisis de puntos de contacto
4. Principales KPIs
5. Comunicación y colaboración interdepartmental

MÓDULO 11. PROYECTO FIN DE MASTER



INEAF
BUSINESS SCHOOL



By
EDUCA EDTECH
Group