

Masters con Reconocimiento Universitario

Master de Formación Permanente en Digital Chief Management + 60

Créditos ECTS



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master de Formación Permanente en Digital Chief Management + 60 Créditos ECTS

1. Sobre INESEM
2. Master de Formación Permanente en Digital Chief Management + 60 Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Por qué elegir INESEM?
6. Orientación
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM

BUSINESS SCHOOL

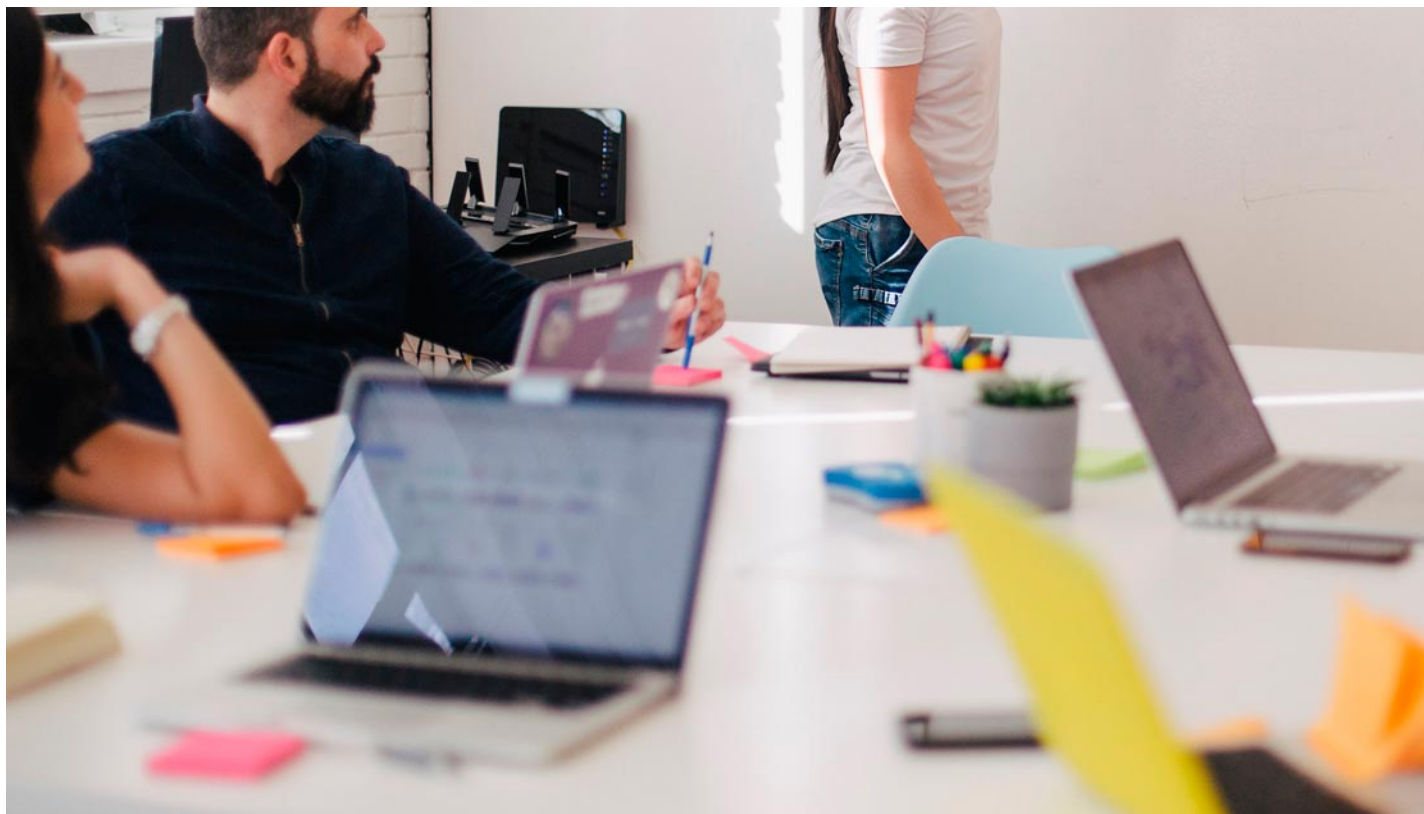


INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Master de Formación Permanente en Digital Chief Management + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1970 €
CRÉDITOS ECTS	60
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters con Reconocimiento Universitario

- Doble Titulación:• Titulación Propia Universitaria de Master de Formación Permanente en Digital Chief Management expedida por la Universidad Antonio de Nebrija con 60 créditos ECTS. • Titulación propia de Master de Formación Permanente en Digital Chief Management expedida y avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales.(INESEM) “Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad.”

Resumen

El Master en Digital Chief Management es crucial para la actualidad debido al auge y la importancia de las plataformas digitales y los avances tecnológicos en las estrategias de las empresas. 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 curso 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, mediante metodologías ágiles, internet de las cosas, big data y marketing digital. Verás las últimas tendencias para transformar corporaciones en el nuevo paradigma tecnológico

A quién va dirigido

El Master en Digital Chief Management se dirige a profesionales y empresarios de cualquier sector que desean conocer cómo transformar su empresa y liderar el mercado mediante la tecnología aplicada. También a profesionales del mundo del marketing y la estrategia empresarial que desean conocer más sobre big data, marketing digital, internet de las cosas y logística 4.0.

Objetivos

Con el Masters con Reconocimiento Universitario **Master de Formación Permanente en Digital Chief Management + 60 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Conocer qué es la transformación digital y cómo se desarrolla en el mundo empresarial.
- Aprender a través de errores y casos de éxito, cómo la tecnología ha influido en los negocios.
- Identificar las tendencias de estrategia empresarial y cómo se han promocionado.
- Implementar los pasos para llevar a cabo un plan de digitalización.





¿Y, después?

Para qué te prepara

Con el Master en Digital Chief Management podrás aprender todos los conceptos a tener cuenta a la hora de planear en una estrategia de transformación digital para tu negocio, dónde te explicaremos cómo llevarlo a cabo paso por paso, aprendiendo de errores comunes de otros negocios y estudiando casos de éxito que nos puedan servir como referencia. Todo ello desarrollando una visión tecnológica enfocada a liderar empresas de cualquier sector.

Salidas Laborales

Las principales salidas profesionales de este Master en Digital Chief Management son las de responsable de departamento de marketing, coordinador de recursos humanos, director de operaciones y consultor en digitalización y transformación empresarial. En general, todas las posiciones profesionales que tengan relación con el marketing y la tecnología.

¿Por qué elegir INESEM?

El alumno es el protagonista

01

Nuestro modelo de aprendizaje se adapta a las necesidades del alumno, quién decide cómo realizar el proceso de aprendizaje a través de itinerarios formativos que permiten trabajar de forma autónoma y flexible.



Innovación y Calidad

Ofrecemos un servicio de orientación profesional y programas de entrenamiento de competencias con el que ayudamos a nuestros alumnos a crear y optimizar su perfil profesional.

02

Empleabilidad y desarrollo profesional



03

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

INESEM Orienta

Ofrecemos una asistencia complementaria y personalizada que impulsa la carrera de nuestros alumnos a través de nuestro Servicio de Orientación de Carrera Profesional permitiendo la mejora de competencias profesionales mediante programas específicos.



04

Facilidades Económicas y Financieras



05

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades para la realización del pago de matrículas 100% sin intereses así como un sistema de Becas para facilitar el acceso a nuestra formación.



Módulo 1. Transformación digital
Módulo 2. Fundamentos del mindset digital, la nueva filosofía para el desarrollo empresarial
Módulo 3. Metodologías ágiles
Módulo 4. lot: internet de las cosas
Módulo 5. Recursos tecnológicos en la transformación digital
Módulo 6. Marketing digital
Módulo 7. Tecnologías aplicadas en la gestión de recursos humanos
Módulo 8. La transformación digital de la cadena de suministro, logística 40
Módulo 9. Estrategias omnicanal y customer experience
Módulo 10. Proyecto fin de master

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 30

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. Adaptative Software Development (ASD)
- 7. Feature Driven Development (FDD)
- 8. Agile Unified Process

Módulo 4.

lot: 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.

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 LoT (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

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 sueñosConcepto 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 40

Unidad didáctica 1.

Introducción a la logística 40

- 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 40 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 40

- 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 40 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.

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 10.

Proyecto fin de master

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Comunidad

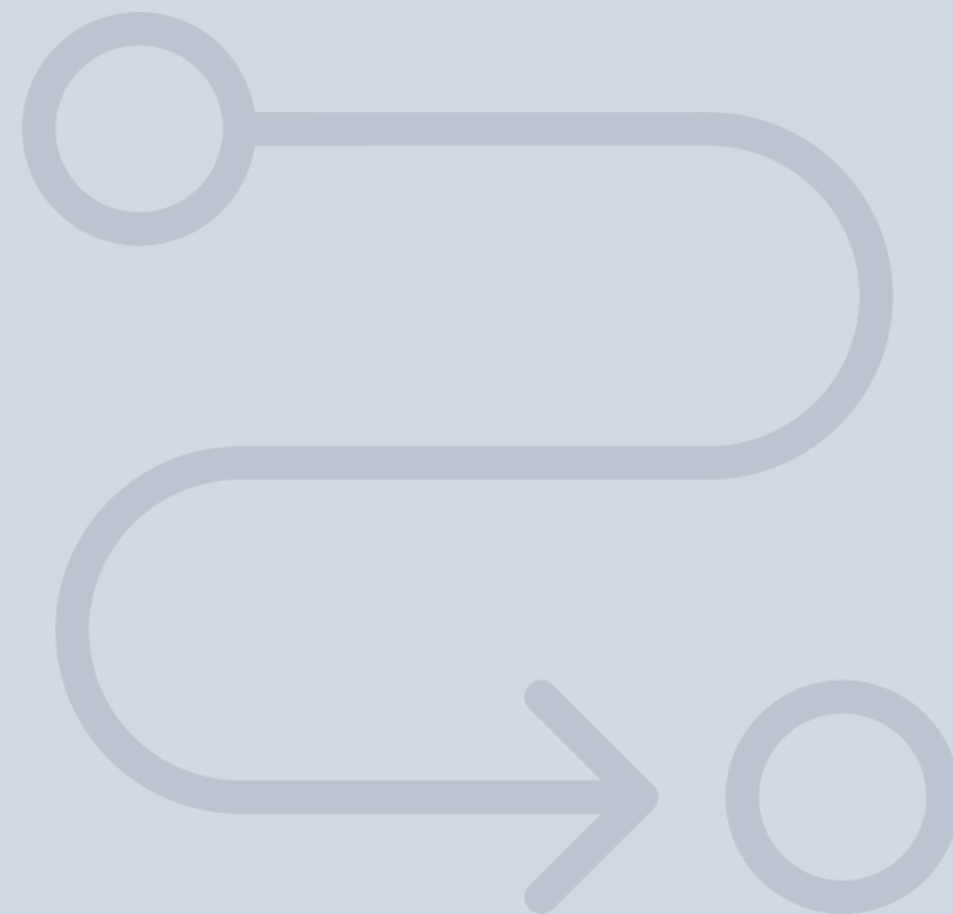
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a
nuestros alumnos
facilidades
económicas y
financieras para la
realización del pago
de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

**Beca
desempleo**

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

**Beca
emprende**

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

**Beca
alumnos**

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Masters con Reconocimie nto Universitario

Master de Formación Permanente en Digital Chief
Management + 60 Créditos ECTS

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.