



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



# FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Master en Marketing y Digital Business

**Euroinnova International Online Education**

# Especialistas en **Formación Online**

SOMOS  
**EUROINNOVA**  
**INTERNATIONAL**  
**ONLINE**  
**EDUCATION**



**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 escuela de **formación 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.



**CERTIFICACIÓN  
EN CALIDAD**

Euroinnova International Online Education es miembro de pleno derecho en la **Comisión Internacional de Educación a Distancia**, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones formativas impartidas desde el centro.

Descubre Euroinnova International Online Education

Nuestros **Valores****ACCESIBILIDAD**

Somos **cercanos y comprensivos**, trabajamos para que todas las personas tengan oportunidad de seguir formándose.

**HONESTIDAD**

Somos **claros y transparentes**, nuestras acciones tienen como último objetivo que el alumnado consiga sus objetivos, sin sorpresas.

**PRACTICIDAD**

**Formación práctica** que suponga un **aprendizaje significativo**. Nos esforzamos en ofrecer una metodología práctica.

**EMPATÍA**

Somos **inspiracionales** y trabajamos para **entender al alumno** y brindarle así un servicio pensado por y para él

A día de hoy, han pasado por nuestras aulas **más de 300.000 alumnos** provenientes de los 5 continentes. Euroinnova es actualmente una de las empresas con mayor índice de crecimiento y proyección en el panorama internacional.

Nuestro portfolio se compone de **cursos online, cursos homologados, baremables en oposiciones y formación superior de postgrado y máster.**

## Master en Marketing y Digital Business

 <b>DURACIÓN</b> 1500 horas	 <b>PRECIO</b> 1495 €	 <b>MODALIDAD</b> Online
---	---	--

\* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos

### CENTRO DE FORMACIÓN:

Euroinnova International  
Online Education



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## TITULACIÓN

TITULACIÓN expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y CLADEA (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Titulación Expedida por  
**Euroinnova International  
Online Education**

**CUALIFICA2**



Titulación Avalada para el  
**Desarrollo de las Competencias  
Profesionales R.D. 1224/2009**

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova International Online Education vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones

que avalan la formación recibida (Euroinnova Internaional Online Education y la Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



## OBJETIVOS

---

- Realizar un análisis estratégico del negocio digital
- Aplicar una estrategia SEO y SEM
- Gestionar con eficacia la imagen corporativa de una empresa a través de sus redes sociales
- Conocer las métricas digitales más importantes para el negocio
- Crear campañas de marketing exitosas
- Adquirir las habilidades necesarias para gestionar un negocio digital
- Liderar el cambio digital en una organización

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

---

Este Master en Marketing y Digital Business se dirige a graduados en Marketing, Gestión de Empresas, Publicidad, Comercio o Periodismo, así como a profesionales de distintas áreas dentro de la empresa que necesiten actualizar su perfil digital para participar en puestos de responsabilidad o montar su propio negocio.

## PARA QUÉ TE PREPARA

Con este Master en Marketing y Digital Business aprenderás a gestionar campañas de marketing utilizando al cliente como centro de la estrategia digital. Además, dominarás las herramientas más importantes para responder a las nuevas necesidades de la sociedad y podrás gestionar y liderar el cambio digital en una organización. Si quieres dirigir iniciativas o proyectos emprendedores, esta formación es perfecta para ti.

## SALIDAS LABORALES

Con este Master en Marketing y Digital Business podrás trabajar como responsable del departamento de marketing, E-commerce Manager, Digital Business Manager, Experto/a en Analítica Web, responsable de transformación digital, Consultor Digital, trabajar en una agencia de comunicación o llevar a cabo iniciativas emprendedoras importantes en el sector.

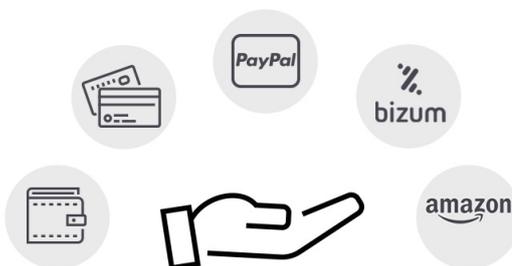
## MATERIALES DIDÁCTICOS



- Manual teórico: Introducción al Marketing de Buscadores
- Manual teórico: SEO on Page
- Manual teórico: SEO Off Page
- Manual teórico: Estrategia de Inbound Marketing
- Manual teórico: Social Media Management
- Manual teórico: E-Commerce
- Manual teórico: SEM-Google Ads
- Manual teórico: Dirección Estratégica en las Empresas Digitales
- Manual teórico: Transformación Digital
- Manual teórico: Big Data: El Nuevo Activo de la Empresa
- Manual teórico: Gestión del Talento en Empresas Digitales
- Paquete SCORM: Social Media Management
- Paquete SCORM: Dirección Estratégica en las Empresas Digitales
- Paquete SCORM: E-Commerce
- Paquete SCORM: SEM-Google Ads
- Paquete SCORM: Transformación Digital
- Paquete SCORM: Introducción al Marketing de Buscadores
- Paquete SCORM: SEO on page
- Paquete SCORM: SEO Off Page
- Paquete SCORM: Big Data: El Nuevo Activo de la Empresa
- Paquete SCORM: Gestión del Talento en Empresas Digitales
- Paquete SCORM: Estrategia de Inbound Marketing

## FORMAS DE PAGO Y FINANCIACIÓN

- Contrareembolso.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal.
- Bizum.
- Amazon Pay.
- PayU.



Matrícúlate en cómodos Plazos Sin Intereses + Envío Gratis.

**Fracciona tu pago** con la garantía de



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin intereses.

**Calcula tus plazos con el simulador de cuotas:**

 LLÁMANOS GRATIS AL **900 831 200**

## FINANCIACIÓN Y BECAS

EUROINNOVA 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.

En EUROINNOVA Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas, todo ello **100% sin intereses**

**20%**

BECA Desempleados

**15%**

BECA Emprende

**20%**

BECA Antiguos Alumnos

**15%**

BECA Amigo

Llama gratis al 900 831 200 e infórmate de nuestras facilidades de pago.

## LÍDERES EN FORMACIÓN ONLINE

# 7 Razones para confiar en Euroinnova

## 1 NUESTRA EXPERIENCIA

- ✓ Más de **20 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

### Las cifras nos avalan

 **4,7** ★★★★★  
2.625 opiniones **4,7** ★★★★★  
12.842 opiniones **8.582**  
suscriptores **5.856**  
suscriptores

## 2 NUESTRO EQUIPO

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por **más de 300 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 SIGNIFICATIVO

Con esta estrategia pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva del alumno.



### EQUIPO DOCENTE ESPECIALIZADO

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° 9900000169 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 BOLSA DE EMPLEO Y PRÁCTICAS

Disponemos de Bolsa de Empleo propia con diferentes ofertas de trabajo, y facilitamos la realización de prácticas de empresa a nuestro alumnado.

Somos agencia de colaboración N° 9900000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.



# 7 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.



## ACREDITACIONES Y RECONOCIMIENTOS



## Programa Formativo

---

### MÓDULO 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN LAS EMPRESAS DIGITALES

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Visión, misión y valores Empresariales
2. Esquema del proceso estratégico
3. Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
4. Las unidades estratégicas de negocio

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Diamante de Porter
3. Análisis de escenarios
4. Análisis del entorno general PEST-EL
5. Análisis del entorno específico
6. Análisis de PORTER

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General Electric-McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ESTRATEGIA PROPUESTA

1. Generación de opciones estratégicas
2. Estrategia de liderazgo en costes
3. Estrategia de diferenciación
4. Formulación y selección de la estrategia
5. Criterios de elección y evaluación de la estrategia

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. DE LA INNOVACIÓN AL CASH FLOW

1. Las particularidades de la empresa digital
2. Evolución de los modelos de negocio

3. Bien tangible vs bien intangible
4. Modelos Freemium
5. Modelos basados en la publicidad
6. Modelo SaaS

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO**

1. Puesta en marcha de la estrategia
2. Nuevo diseño organizativo
3. Control y evaluación de resultados
4. Inicio de ajustes correctivos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. BUSINESS PLAN**

1. El plan de negocio
2. Procedimiento de elaboración
3. La introducción y descripción del Plan de Empresa
4. Estudio de mercado y Plan de Marketing
5. Plan de producción y de infraestructuras
6. Plan de Recursos Humanos y Financiero

## **MÓDULO 2. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT & COMMUNITY MANAGEMENT**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y 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 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

### **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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER**

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

### **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. Análítica 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 TikTok
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. Power Editor
10. Pixel de Facebook

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS**

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios

4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. 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 13. 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

### **MÓDULO 3. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO**

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

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM**

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

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM**

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. WordPress y woocommerce
4. Prestashop y magento

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS 4**

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4

## **MÓDULO 4. SEO ON PAGE**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. KEYWORD RESEARCH**

1. Introducción
2. Tipo de Keywords
3. SEMrush
4. Sistrix
5. LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6. Herramientas gratuitas
7. Extensiones para Chrome

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB**

1. Estructura de una web
2. Optimización de Etiquetas Meta: Screaming Frog SEO Spider
3. Enlazado interno
4. Sitemap.xml

5. Archivo Robot.txt
6. Optimización multimedia
7. Accelerated Mobile Pages- AMP.
8. Google Search Console
9. SEO en HTML, CSS y Java Script
10. Extensiones para Chrome
11. Migraciones

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LOS METADATOS- SCREAMING FROG**

1. Etiquetas meta name
2. Etiqueta meta description
3. Etiqueta meta Keyword
4. Etiqueta meta Robots
5. Etiqueta meta viewport
6. Etiqueta meta nosnippet
7. Etiqueta meta http-equiv
8. Etiqueta Title

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. USABILIDAD Y EXPERIENCIA DE USUARIO- UX**

1. Introducción
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI´s
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX
7. Orientaciones de diseño web y dispositivos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. AUDITORIA ON PAGE**

1. Auditoria de indexabilidad
2. Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3. Monitorización de marca
4. Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5. Códigos de estado y Protocolo
6. Análisis Log
7. Análisis de la taxonomía web

## **MÓDULO 5. SEO OFF PAGE**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO**

1. Backlinks y linkjuice

2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Nofollow vs. dofollow
4. Análisis de enlaces: SEMrush, Ahrefs y Screaming Frog

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LINKBUILDING**

1. Características fundamentales de Linkbuilding
2. Tipos de enlaces
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding orgánico
5. Linkbuilding con Ahrefs
6. Autorización y desautorización de enlaces con Search Console

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKBAITING**

1. Introducción al linkbaiting
2. Directorios
3. Blog, foros y redes sociales
4. Storytelling
5. Marketing viral

## **MÓDULO 6. 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
7. Adwords Editor

### **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

## **MÓDULO 7. E-COMMERCE**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO**

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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES PLATAFORMAS**

1. Principales plataformas
2. Gestión estratégica
3. Plataformas del código abierto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO**

1. Introducción al Diseño Web
2. Accesibilidad
3. Usabilidad
4. Responsive Design
5. Home

6. Categorías
7. Fichas de Producto
8. Carrito de la compra y checkout
9. Principales herramientas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PASARELAS DE PAGO**

1. Confianza, privacidad y seguridad
2. Principales formas de pago

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO LEGAL**

1. Ley de Ordenación del Comercio Minorista
2. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
3. Reglamento General de Protección de Datos
4. Ley de Consumidores
5. SmartContracts

### **MÓDULO 8. ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASE DE ATRACCIÓN**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE CONVERSIÓN**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE**

1. Encuestas
2. Contenido inteligente
3. Monitorización Social

### **MÓDULO 9. 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 4. 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 6. 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 7. 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 8. 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 10. GESTIÓN DEL TALENTO EN EMPRESAS DIGITALES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA ESTRATEGIA DIGITAL EN LA EMPRESA**

1. Productos digitales
2. Modelos de negocios en la era digital
3. La estrategia digital en la empresa

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DEL CAMBIO Y LOS NUEVOS PERFILES PROFESIONALES**

1. Los nuevos perfiles profesionales
2. Gestión intergeneracional en las empresas digitales
3. Gestión del cambio en empresas digitales
4. Employee centricity

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO DEL TALENTO DIGITAL**

1. El plan de formación
2. Gestión del conocimiento y gestión del talento. 6. Atracción, desarrollo y retención del talento
3. Motivación
4. El clima laboral en las empresas digitales

**UNIDAD DIDÁCTICA 4. IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL TALENTO EN LOS RRHH**

1. La importancia de la Gestión del Talento en los RRHH
2. La tercera Revolución del Conocimiento
3. ¿Cómo gestionar el talento?

**UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DEL TALENTO Y EN SU APLICACIÓN**

1. Gestión del talento: competencias
2. Diferenciación de competencias para el talento
3. Aplicaciones del modelo de competencias
4. Competencias y generación de valor
5. Detección de necesidades de capacitación y desarrollo del recurso humano por competencias
6. El área de talento humano

**UNIDAD DIDÁCTICA 6. EMPLOYER BRANDING**

1. Aspectos básicos para el Employer Branding
2. Atracción y retención de talento
3. Pilares para la atracción y retención de talento
4. La gestión del conocimiento
5. Atracción y retención de talento en la era digital
6. Errores más comunes que se comenten cuando una empresa plantea gestionar una marca como empleador
7. Ejercicio resuelto: Grupo VIPS
8. Ejercicio resuelto: L'OREAL

**MÓDULO 11. BIG DATA: EL NUEVO ACTIVO DE LA EMPRESA****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
7. IoT (Internet of Things - Internet de las cosas)

**UNIDAD DIDÁCTICA 2. BUSINESS INTELLIGENCE Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**

1. Definición y relevancia de la selección de las fuentes de datos
2. Naturaleza de las fuentes de datos Big Data

3. Definición, Beneficios y Características del Open Data
4. Ejemplo de uso de Open Data

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. MINERÍA DE DATOS O DATA MINING Y EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO**

1. Introducción a la minería de datos y el aprendizaje automático
2. Proceso KDD
3. Modelos y Técnicas de Data Mining
4. Áreas de aplicación
5. Minería de Textos y Web Mining
6. Data mining y marketing

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. DATAMART. CONCEPTO DE BASE DE DATOS DEPARTAMENTAL**

1. Aproximación al concepto de DataMart
2. Bases de datos OLTP
3. Bases de Datos OLAP
4. MOLAP, ROLAP & HOLAP
5. Herramientas para el desarrollo de cubos OLAP

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. DATAWAREHOUSE O ALMACÉN DE DATOS CORPORATIVOS**

1. Visión General: ¿Por qué Data Warehouse?
2. Estructura y Construcción
3. Fases de implantación
4. Características
5. Data Warehouse en la nube

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. BIG DATA Y MARKETING**

1. Apoyo del Big Data en el proceso de toma de decisiones
2. Toma de decisiones operativas
3. Marketing estratégico y Big Data
4. Nuevas tendencias en management



## 5. Ejercicios Prácticos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. DEL BIG DATA AL LINKED OPEN DATA**

1. Concepto de Web Semántica
2. Linked Data Vs. Big Data
3. Lenguaje de consulta SPARQL



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Marketing y Digital Business

Ver curso en la web

Solicita información gratis

# Euroinnova

## International Online Education

*Esta es tu Escuela*



¿Te ha parecido interesante esta formación? Si aún tienes dudas, nuestro **equipo de asesoramiento académico** estará encantado de resolverlas. Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

**Solicita información sin compromiso.**

Llamadme gratis

¡Matricularme ya!