



# Masters Profesionales

Master MBA en Negocios Digitales + 5 ECTS



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

# Índice

Master MBA en Negocios Digitales + 5 ECTS

**1. Sobre Inesem**

**2. Master MBA en Negocios Digitales + 5 ECTS**

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

[Objetivos](#)

**3. Programa académico**

**4. Metodología de Enseñanza**

**5. ¿Porqué elegir Inesem?**

**6. Orientacion**

**7. Financiación y Becas**

# SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL

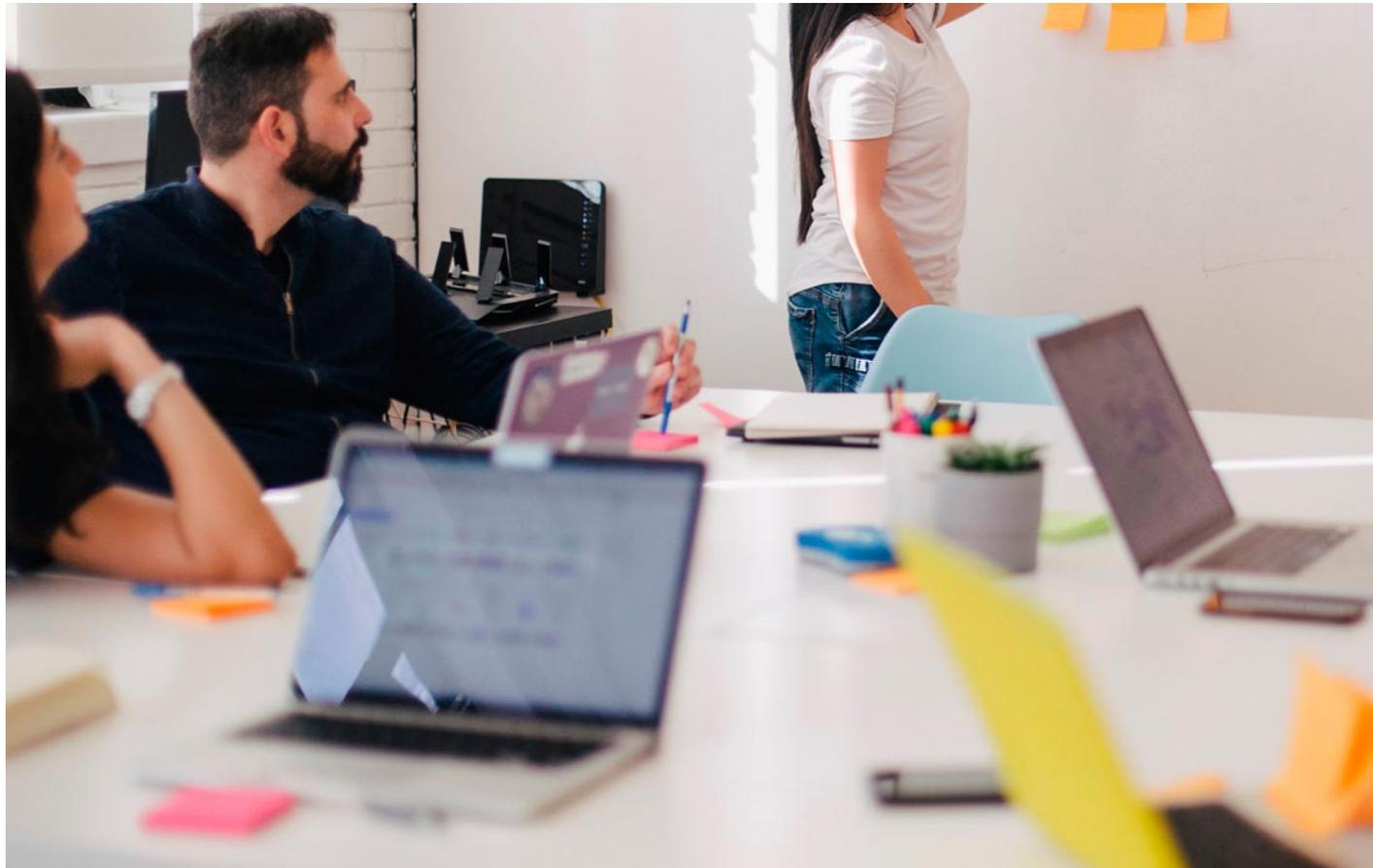


INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de 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 MBA en Negocios Digitales + 5 ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
CRÉDITOS ECTS	5
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

## Titulación Masters Profesionales

Doble titulación:

- Título Propio Master MBA en Negocios Digitales expedido 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.”
- Título Propio Universitario en Agile Project Management expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS

# Resumen

El Máster MBA en negocios digitales tiene como objetivo capacitar a profesionales para trabajar en el mundo digital, con conocimientos de dirección y administración unidos a habilidades digitales. Las empresas que no hayan pasado o estén pasando en la actualidad por un proceso de transformación digital no sobrevivirán en el mercado. Por eso, es imprescindible contar con profesionales especializados que puedan ayudar a emprender este cambio en las organizaciones. Aprenderás a gestionar el talento y a aplicar la estrategia desde un punto de vista digital. Accede a una formación totalmente flexible y enfocada al mercado laboral para seguir desarrollando tu carrera profesional y optar a nuevas salidas profesionales.

## A quién va dirigido

Este Máster MBA en Negocios Digitales va orientado a todas aquellas personas que quieran consolidar sus cualidades de dirección y gestión desde una nueva perspectiva digital, así como a todas aquellas personas que quieran reciclar su formación e incorporar las nuevas tendencias en los modelos de negocio.

# Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master MBA en Negocios Digitales + 5 ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Gestionar empresas digitales.
- Incorporar en la empresa nuevas herramientas tecnológicas.
- Adquirir habilidades para la gestión de equipos.
- Liderar el proceso de cambio en las empresas.
- Aplicar metodologías ágiles.
- Estudiar modelos de negocio digitales.
- Integrar la innovación en la cultura empresarial.





¿Y, después?

### Para qué te prepara

En el entorno digital en el que operan las empresas es necesario contar con profesionales especializados que conozcan los elementos estratégicos de la digitalización y sean capaces de diseñar programas para mejorar la competitividad de las organizaciones. Con el Máster MBA en Negocios Digitales aprenderás a gestionar y dirigir negocios digitales, transformar una empresa tradicional e integrar las nuevas metodologías y herramientas tecnológicas.

### Salidas Laborales

Con el Máster MBA en Negocios Digitales podrás desarrollar tu carrera profesional en el mundo de Internet y las nuevas tecnologías y optar a cargos de responsabilidad orientados a modelos de negocios digitales en diferentes departamentos de las empresas: Marketing, Recursos Humanos, Desarrollo de negocio, Innovación, etc. De la misma forma, podrás emprender tu propio negocio digital

# ¿Por qué elegir INESEM?



# PROGRAMA ACADÉMICO

Master MBA en Negocios Digitales + 5 ECTS

Módulo 1. **Dirección estratégica en las empresas digitales**

Módulo 2. **Transformación digital**

Módulo 3. **Gestión del talento en empresas digitales**

Módulo 4. **Introducción al marketing de buscadores**

Módulo 5. **Estrategia de inbound marketing**

Módulo 6. **Social media management**

Módulo 7. **E-commerce**

Módulo 8. **Agile project management**

Módulo 9. **Big data: el nuevo activo de la empresa**

Módulo 10. **Analítica web con google analytics, google tag manager y looker studio**

Módulo 11. **Blockchain, una tecnología disruptiva**

Módulo 12. **Proyecto fin de máster**

### 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.

## 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 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 3.

## 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 4.

## 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 5. 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 6. Social media 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. Primero 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. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

## Unidad didáctica 6. Gestión de youtube

---

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

## Unidad didáctica 7. Gestión de twitch

---

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

## Unidad didáctica 8. Gestión de tiktok

---

1. ¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2. Creación de contenido en 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

## Unidad didáctica 14.

### Publicidad social media- tiktok ads

---

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

# Módulo 7. 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. Agile project management

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción a las metodologías ágiles

---

1. Ingeniería de software, sus principios y objetivos
2. Metodologías en Espiral, Iterativa y Ágiles
3. Prácticas ágiles
4. Métodos ágiles
5. Evolución de las metodologías ágiles
6. Metodologías ágiles frente a metodologías pesadas

### Unidad didáctica 2.

#### Agile project thinking

---

1. Principios de las metodologías ágiles
2. Agile Manifesto
3. User History

### Unidad didáctica 3.

#### La planificación ágil: agile leadership y creatividad

---

1. La interacción como alternativa a la planificación lineal
2. La comunicación y la motivación
3. Características del liderazgo participativo
4. Pensamiento disruptivo y desarrollo de la idea
5. Prueba y error, learning by doing

### Unidad didáctica 4.

#### Metodología extreme programming (xp)

---

1. Definición y características de Extreme Programming
2. Fases y reglas de XP
3. La implementación y el diseño
4. Los valores de XP
5. Equipo y cliente de XP

## Unidad didáctica 5.

### Metodología scrum

---

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

## Unidad didáctica 6.

### Desarrollo del método kanban

---

1. Introducción al método Kanban
2. Consejos para poner en marcha kanban
3. Equipo
4. Business Model Canvas o lienzo del modelo de negocio
5. Scrumban

## Unidad didáctica 7.

### Lean thinking

---

1. Introducción al Lean Thinking
2. Lean Startup

## Unidad didáctica 8.

### Otras metodologías ágiles y técnicas ágiles

---

1. Agile Inception Deck
2. Design Thinking
3. DevOps
4. Dynamic Systems Development Method (DSDM)
5. Crystal Methodologies
6. Adaptative Software Development (ASD)
7. Feature Driven Development (FDD)
8. Agile Unified Process

# Módulo 9.

## 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

# Módulo 10.

## Analítica web con google analytics, google tag manager y looker studio

## Unidad didáctica 1.

### Analítica web con google analytics

---

1. Introducción a la analítica web
2. Funcionamiento Google Analytics
3. Introducción e instalación de Google Analytics
4. Interfaz
5. Métricas y dimensiones
6. Informes básicos
7. Informes personalizados
8. Comportamiento de los usuarios e interpretación de datos

## Unidad didáctica 2.

### Google analytics 4

---

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

## Unidad didáctica 3.

### Recogida de datos

---

1. Planes de medición
2. Configuración de las vistas mediante filtros
3. Métricas y dimensiones personalizadas
4. Seguimiento de eventos

## Unidad didáctica 4. Navegación e interfaz

---

1. Informes de visión general
2. informes completos
3. Compartir informes
4. Configuración paneles de control y accesos directos

## Unidad didáctica 5. Informes

---

1. Informes de Audiencia
2. Informes de Adquisición
3. Informes de Comportamiento

## Unidad didáctica 6. Campañas y conversiones

---

1. Campañas personalizadas
2. Realizar un seguimiento de las campañas con el Creador de URLs
3. Configuración y medición de objetivos
4. Cómo medir campañas de Google Ads

## Unidad didáctica 7. Google analytics 360

---

1. Analítica avanzada
2. Informes sin muestrear
3. Google BigQuery Export
4. Integraciones

## Unidad didáctica 8. Google tag manager

---

1. Concepto y características
2. Gestión de etiquetas
3. Activadores y gestión de variables
4. Implementación y eventos
5. Tracking

## Unidad didáctica 9. Looker studio (google data studio)

---

1. Visualización de datos
2. Tipologías de gráficos
3. Fuentes de datos
4. Integración con Analytics
5. Creación de informes

# Módulo 11. Blockchain, una tecnología disruptiva

## Unidad didáctica 1. 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 2. 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 3. Protocolos de consenso

---

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

## Unidad didáctica 4.

### Smart contracts

---

1. Smart contracts: aspectos básicos y funcionamiento
2. El principio de neutralidad tecnológica como pilar de la innovación
3. Los Smart Contracts desde la perspectiva del Derecho de la Contratación
4. Usos de los Smart Contracts

## Módulo 12. Proyecto fin de máster

# 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.

## 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.

## 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.

## Comunidad

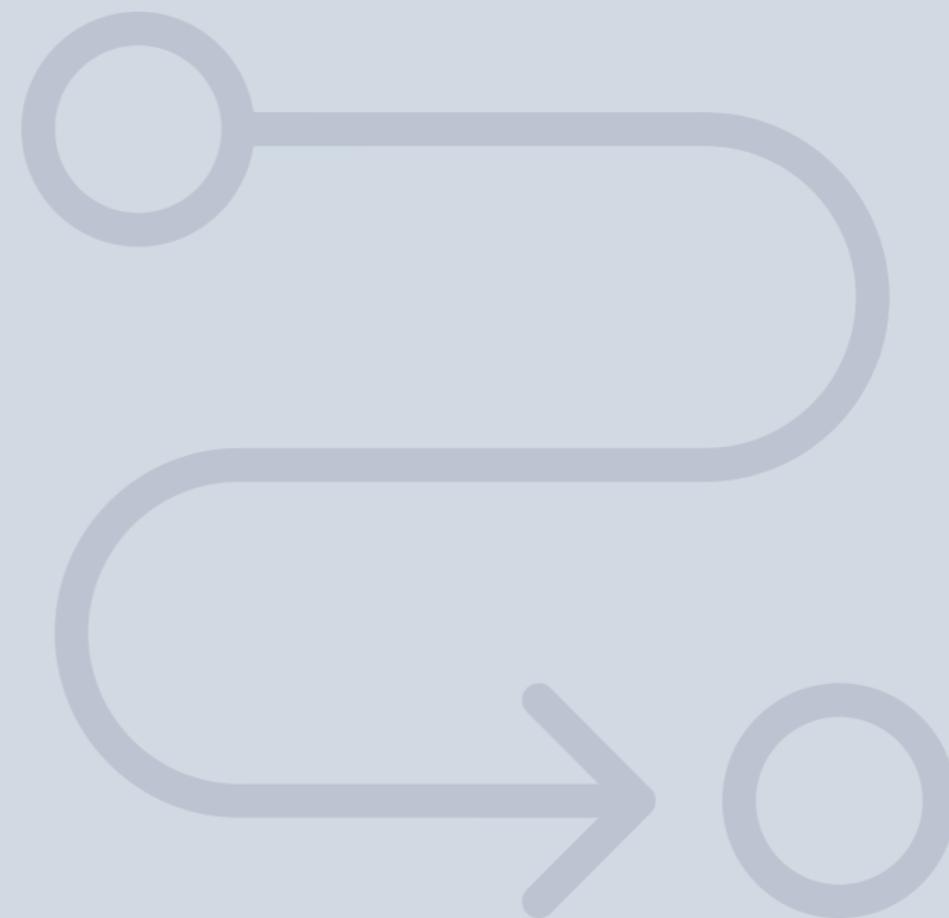
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





## 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 Profesionales

Master MBA en Negocios Digitales + 5 ECTS

*Impulsamos tu carrera profesional*



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

[www.inesem.es](http://www.inesem.es)



958 05 02 05 [formacion@inesem.es](mailto: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.