

Máster Profesional

MBA en Negocios Digitales





tech formación
profesional

Máster Profesional MBA en Negocios Digitales

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/administracion-gestion/master-profesional/master-profesional-mba-negocios-digitales

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer
al finalizar el Máster
Profesional?

pág. 10

05

Dirección del curso

pág. 14

06

Plan de formación

pág. 16

07

Metodología

pág. 26

08

Titulación

pág. 30

01

Presentación

Los negocios han vivido un cambio drástico en la forma de gestionarse, vender sus productos y atender a sus clientes. Es por esto que la gestión empresarial se debe enfocar hacia el mundo digital para lograr un crecimiento notable que cubra las necesidades de los consumidores. En este sentido, lo tradicional ha quedado en un segundo plano, como demuestran los cambios en el consumo de los ciudadanos, quienes apuestan cada vez más por las compras por internet. Y, por ello que los directivos de este ámbito deben especializarse y obtener los mayores beneficios posibles. Este plan de estudio se ha desarrollado con base en las últimas líneas de investigación de este concreto sector. Además, cuenta con una modalidad 100% online para que puedas conciliar tu aprendizaje con otros proyectos profesionales y personales.



Conviértete en un experto altamente demandado en el sector laboral, a través de este Máster Profesional MBA en Negocios Digitales”



Este MBA en Negocios Digitales es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

Con este plan de estudios analizarás multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio. Este Máster Profesional trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para especializar a directivos que entiendan la revolución tecnológica y social desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Así, lograrás mejorar tu trayectoria profesional y te preparará para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende tus necesidades y las de tu empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un profesorado excepcional, que te otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

“

Domina, a través de esta titulación, los mejores mecanismos de financiación para poner en marcha el desarrollo de una startup de e-Commerce”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.



TECH te permite el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”





Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

03

Salidas profesionales

TECH ha desarrollado este plan de estudio enfocado en capacitar auténticos expertos en la materia, así como a garantizar la amplitud de posibilidades laborales en este sector. Por ello, el contenido se ajusta por completo a las necesidades de este mercado de trabajo. Gracias al completo itinerario académico que se ha desarrollado para esta titulación, no sólo podrás desarrollarte como experto en negocios digitales, sino también como gestor, administrador o, directamente, emprendedor.

“

Gracias al alto enfoque profesionalizante de esta titulación no sólo accederás a un contenido de alta calidad, sino que incrementarás notablemente tus posibilidades laborales en este ámbito”





Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ◆ Asistente a la dirección en negocios digitales
- ◆ Secretario técnico de empresas del sector tecnológico-digital
- ◆ Auxiliar administrativo en departamentos de RRHH de negocios digitales
- ◆ Técnico contable en empresas del sector tecnológico
- ◆ Asistente de atención al cliente
- ◆ Técnico de gestión de cobros
- ◆ Ayudante de departamentos jurídicos y fiscales en negocios digitales
- ◆ Auxiliar de información y archivo de empresas tecnológicas
- ◆ Técnico de marketing y ventas



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Al finalizar este Máster Profesional MBA en Negocios Digitales, podrás llevar a cabo la correcta implementación de este modelo de negocio. Además, TECH siempre prepara a sus alumnos no solo en el contenido teórico y práctico, sino también en el ámbito de destrezas y habilidades profesionalizantes, con lo que podrás desenvolverte con soltura en el campo laboral desde el primer instante.

01

Desarrollar estrategias para crear nuevas oportunidades en mercados existentes

02

Entender el entorno competitivo en el que se desarrolla nuestro negocio

03

Desarrollar estrategias para crear nuevos mercados y nuevas empresas

04

Ser capaz de desarrollar un plan de negocio





05

Conocer en profundidad las fases de creación de una empresa

06

Implementar estrategias de digitalización de un negocio, tomando las decisiones correctas para alcanzar los objetivos planificados

07

Analizar e identificar factores generadores de dificultades u oportunidades en entornos digitales

08

Liderar procesos de cambio en la empresa basados en la digitalización

09

Llevar a cabo estrategias de marketing digital y comercio electrónico

10

Aplicar herramientas SEO y SEM en las campañas de marketing

11

Apoyarse en los Social Media para realizar campañas de marketing y publicidad

12

Identificar los cambios necesarios para la mejora en la gestión y dirección de la empresa, basado en la orientación de la estrategia al entorno digital

13

Desarrollar habilidades directivas necesarias para liderar el crecimiento y expansión de empresas que operan en entornos digitales



14

Diseñar y planificar campañas de reputación online

15

Saber gestionar las herramientas de monitorización online para entender el alcance de las campañas de marketing

16

Ser capaz de realizar campañas efectivas de *emailing*

17

Entender la analítica web y las métricas digitales de las herramientas que utilizamos

18

Comprender en profundidad cómo se lleva a cabo el comercio electrónico

05

Dirección del curso

Con el fin de seguir los estándares de calidad y profesionalidad, TECH ha escogido un excelente cuadro docente para encabezar este MBA en Negocios Digitales, conformado por profesionales que han desarrollado una amplia trayectoria laboral en este ámbito. Estos expertos, relacionados con ámbitos como el marketing digital y el posicionamiento SEO, son los responsables de realizar los contenidos didácticos de los que dispondrás a lo largo de este programa. Por ello, los conocimientos que adquirirás gozarán de una completísima aplicabilidad en tu vida profesional.

“

Expertos y profesionales del ámbito de los Negocios Digitales con una consolidada trayectoria profesional a sus espaldas forman parte del excelente cuadro docente de este Máster Profesional”





Dirección del curso

D. Galán, José

- ♦ Especialista en Marketing Online
- ♦ Director de e-Marketing en TECH Universidad Tecnológica
- ♦ Blogger en Cosas sobre Marketing Online
- ♦ Director de Marketing Corporativo en Médica Panamericana
- ♦ Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Programa Superior Europeo en Marketing Digital por la ESIC

06

Plan de formación

Los contenidos que desarrolla TECH están ideados para que, a través de un estructurado itinerario académico, ahondes en los contenidos a tu propia velocidad y ritmo, de forma autónoma y asentando los conocimientos de manera sólida. Además, esta disciplina tan novedosa exige un temario innovador, basado en las últimas investigaciones y actualizaciones del sector de los Negocios Digitales. Con una clara orientación profesionalizadora, lograrás ampliar notablemente tus posibilidades laborales en este ámbito tras cursar este Máster Profesional.

“

La metodología 100% online que otorga esta titulación te permitirá optimizar tu aprendizaje sin desplazarte de tu hogar”



Módulo 1. Entorno competitivo y estrategia

- 1.1. Entorno económico global
 - 1.1.1. Fundamentos de la economía global
 - 1.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
 - 1.1.3. Emprendimiento y nuevos mercados
 - 1.1.4. Estructura de capital y apalancamiento financiero
- 1.2. Análisis económico de decisiones
 - 1.2.1. Control Presupuestario
 - 1.2.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo
 - 1.2.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial
- 1.3. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
 - 1.3.1. Evolución del modelo de IT
 - 1.3.2. Organización y Departamento IT
 - 1.3.3. Tecnologías de la información y entorno económico
- 1.4. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
 - 1.4.1. Creación de valor para clientes y accionistas
 - 1.4.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
 - 1.4.3. Estrategia corporativa vs estrategia tecnológica y digital
- 1.5. Sistemas de información para la toma de decisiones
 - 1.5.1. Business Intelligence
 - 1.5.2. Data Warehouse
 - 1.5.3. BSC o Cuadro de Mando Integral
- 1.6. Estrategia digital
 - 1.6.1. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
 - 1.6.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
 - 1.6.3. Estrategia e internet

- 1.7. Modelos de negocio basados en internet
 - 1.7.1. Análisis de empresas establecidas en el sector tecnológico
 - 1.7.2. Sistemas de generación de modelos de negocio
 - 1.7.3. Análisis de modelos de negocio innovadores en sectores tradicionales
 - 1.7.4. Análisis de modelos de negocio innovadores en Internet
 - 1.8. Sistemas de empresa basados en la colaboración en internet
 - 1.8.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM
 - 1.8.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
 - 1.8.3. Sistemas de comercio electrónico
 - 1.9. Social business
 - 1.9.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
 - 1.9.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC
 - 1.9.3. Como rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales
 - 1.9.4. Movilidad y el negocio digital
- Módulo 2. Innovación e iniciativa emprendedora**
- 2.1. Design Thinking
 - 2.1.1. La estrategia del Océano Azul
 - 2.1.2. Innovación colaborativa
 - 2.1.3. Open innovation
 - 2.2. Inteligencia estratégica de la innovación
 - 2.2.1. Vigilancia tecnológica
 - 2.2.2. Prospectiva tecnológica
 - 2.2.3. Coolhunting
 - 2.3. Entrepreneurship & innovation
 - 2.3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio
 - 2.3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos
 - 2.3.3. Innovation management systems
 - 2.3.4. Habilidades soft de un emprendedor
 - 2.4. Gestión de startups
 - 2.4.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
 - 2.4.2. Métricas financieras para Startups
 - 2.4.3. Planificación financiera: modelos de proyecciones y su interpretación
 - 2.4.4. Métodos de valoración
 - 2.4.5. Aspectos legales
 - 2.5. El plan de negocio
 - 2.5.1. Business Plan en la era digital
 - 2.5.2. Modelo Canvas
 - 2.5.3. Value Proposition Model
 - 2.5.4. Contenido y presentación
 - 2.6. Project management
 - 2.6.1. Agile Development
 - 2.6.2. Lean Management en Startups
 - 2.6.3. Project tracking and project steering
 - 2.7. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación
 - 2.7.1. Fase de Seed
 - 2.7.2. Fase de Startup
 - 2.7.3. Fase de Growth
 - 2.7.4. Fase de Consolidación
 - 2.8. Financiación de startups
 - 2.8.1. Financiación bancaria
 - 2.8.2. Subvenciones
 - 2.8.3. Capital semilla y aceleradoras. Business Angels
 - 2.8.4. Venture Capital. IPO
 - 2.8.5. Public to Private Partnership

- 2.9. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales
 - 2.9.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
 - 2.9.2. Entidades de Venture Capital nacionales e internacionales
 - 2.9.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc. Bstartup
 - 2.9.4. FOND-ICO Global
 - 2.9.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & play
- 2.10. Lean management
 - 2.10.1. Principios básicos de Lean Management
 - 2.10.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
 - 2.10.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

Módulo 3. Marketing digital y e-commerce

- 3.1. Digital e-Commerce management
 - 3.1.1. Nuevos modelos de negocio e-Commerce
 - 3.1.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
 - 3.1.3. Estructu electrónico
- 3.2. Cómo gestionar el fulfillment
 - 3.2.1. Gestión digital del punto de venta
 - 3.2.2. Contact center management
 - 3.2.3. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos
- 3.3. Implementando técnicas de e-Commerce
 - 3.3.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico
 - 3.3.2. Estrategia multichannel
 - 3.3.3. Personalización de Dashboards
- 3.4. Digital pricing
 - 3.4.1. Medios y pasarelas de pago online
 - 3.4.2. Promociones electrónicas
 - 3.4.3. Temporización digital de precios
 - 3.4.4. e-auctions

- 3.5. Del e-Commerce al m-Commerce y s-Commerce
 - 3.5.1. Modelos de negocio de los e-marketplaces
 - 3.5.2. S-Commerce y experiencia de marca
 - 3.5.3. Compra a través de dispositivos móviles
- 3.6. Customer intelligence: del e-CRM al s-CRM
 - 3.6.1. Integración del consumidor en la cadena de valor
 - 3.6.2. Técnicas de investigación y fidelización online
 - 3.6.3. Planificación de una estrategia de gestión de la relación con el cliente.
- 3.7. Trade marketing digital
 - 3.7.1. Cross merchandising
 - 3.7.2. Diseño y Gestión de Campañas en Facebook Ads
 - 3.7.3. Diseño y Gestión de Campañas en Google Ads
- 3.8. Marketing online para e-Commerce
 - 3.8.1. Inbound Marketing
 - 3.8.2. Display y Compra Programática
 - 3.8.3. Plan de Comunicación

Módulo 4. Marketing en buscadores

- 4.1. Funcionamiento de los buscadores
 - 4.1.1. Indicadores e índices
 - 4.1.2. Algoritmos
 - 4.1.3. SEO y branding corporativo
- 4.2. Análisis SEO
 - 4.2.1. Determinación de las KPI
 - 4.2.2. Generación de scripts y alertas
 - 4.2.3. Optimización de imágenes, vídeos y otros elementos
 - 4.2.4. Linkbuilding

- 4.3. SEO técnico
 - 4.3.1. Web Performance Optimization
 - 4.3.2. Real Time y contenido
 - 4.3.3. Etiquetado y headers relevantes
 - 4.3.4. Técnicas avanzadas de WPO
- 4.4. SEO y e-Commerce
 - 4.4.1. Conversion Rate Optimization
 - 4.4.2. Google Search Console
 - 4.4.3. Social Proof y viralización
 - 4.4.4. Navegación e indexación tecnológica en e-Commerce
- 4.5. Keyword hunting para SEM
 - 4.5.1. Adwords Keyword Tool
 - 4.5.2. Google Suggest
 - 4.5.3. Insights for Search
 - 4.5.4. GoogleTrends
- 4.6. SEM y Google Ads
 - 4.6.1. Google Shopping
 - 4.6.2. Google Display Network
 - 4.6.3. Google Ads Mobile
 - 4.6.4. Publicidad en YouTube
- 4.7. Facebook Ads
 - 4.7.1. Anuncios de PPC/PPF (Pay Per Pan)
 - 4.7.2. Facebook Ads creación
 - 4.7.3. Facebook Power Editor
 - 4.7.4. Optimización de campañas
- 4.8. Estrategia y medición en SEM
 - 4.8.1. Quality score
 - 4.8.2. Site links
 - 4.8.3. KPI's
 - 4.8.4. Impresiones, clicks, conversiones. Revenue, ROI, CPA

Módulo 5. Comunicación digital y Reputación online

- 5.1. Web 2.0 o web social
 - 5.1.1. La organización en la era de la conversación
 - 5.1.2. La web 2.0 son las personas
 - 5.1.3. Entorno digital y nuevos formatos de comunicación
- 5.2. Comunicación y reputación digital
 - 5.2.1. Informe de reputación online
 - 5.2.2. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
 - 5.2.3. Branding y networking 2.0
- 5.3. Diseño y planificación de un plan de reputación on-line
 - 5.3.1. Panorama de las principales social media de España
 - 5.3.2. Plan de reputación de la marca
 - 5.3.3. Métricas generales, ROI y social CRM
 - 5.3.4. Crisis on-line y SEO reputacional
- 5.4. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging
 - 5.4.1. Facebook
 - 5.4.2. LinkedIn
 - 5.4.3. Twitter
- 5.5. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
 - 5.5.1. Youtube
 - 5.5.2. Instagram
 - 5.5.3. Flickr
 - 5.5.4. Vimeo
 - 5.5.5. Pinterest
- 5.6. Estrategia de contenidos y storytelling
 - 5.6.1. Blogging corporativo
 - 5.6.2. Estrategia de marketing de contenidos
 - 5.6.3. Creación de un plan de contenidos
 - 5.6.4. Estrategia de curación de contenidos

- 5.7. Estrategias en social media
 - 5.7.1. Las relaciones públicas corporativas y social media
 - 5.7.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
 - 5.7.3. Análisis y evaluación de resultados
- 5.8. Community management
 - 5.8.1. Funciones, tareas y responsabilidades del Community manager
 - 5.8.2. Social Media Manager
 - 5.8.3. Social Media Strategist
- 5.9. Social media plan
 - 5.9.1. Diseño de un plan de social media
 - 5.9.2. Calendario, presupuesto, expectativas y seguimiento
 - 5.9.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis
- 5.10. Herramientas de monitorización on-line
 - 5.10.1. Herramientas de gestión y aplicaciones de escritorio
 - 5.10.2. Herramientas de monitorización y estudio

Módulo 6. *Performance and Inbound Marketing*

- 6.1. Permission marketing
 - 6.1.1. Cómo obtener el permiso del usuario
 - 6.1.2. Personalización del mensaje
 - 6.1.3. Confirmación de correo o Doble Opt-in
- 6.2. Estrategia y técnicas de performance
 - 6.2.1. Performance Marketing: resultados
 - 6.2.2. Mix de medios en digital
 - 6.2.3. La importancia del funnel
- 6.3. Desarrollo de campañas de afiliación
 - 6.3.1. Agencias y programas de afiliación
 - 6.3.2. Postview
 - 6.3.3. Diseño de programas de afiliación
 - 6.3.4. Display y optimización de campañas
- 6.4. Lanzamiento de un programa de afiliados
 - 6.4.1. Redes de afiliación y afiliación directa
 - 6.4.2. Seguimiento y análisis de resultado
 - 6.4.3. Control del fraude
- 6.5. Desarrollo de campañas de emailing
 - 6.5.1. Listas de suscriptores, leads y clientes
 - 6.5.2. Herramientas y recursos en email marketing
 - 6.5.3. Redacción online para campañas de email marketing
- 6.6. Métricas en email marketing
 - 6.6.1. Métricas de listas
 - 6.6.2. Métricas de envíos de newsletter
 - 6.6.3. Métricas de conversión
- 6.7. Inbound marketing
 - 6.7.1. Inbound marketing efectivo
 - 6.7.2. Beneficios del inbound marketing
 - 6.7.3. Medir el éxito de inbound marketing
- 6.8. Investigación del target
 - 6.8.1. Consumer Intent Modelling & Buyer Personas
 - 6.8.2. Customer Journey Mapping
 - 6.8.3. Content strategy
- 6.9. Optimización de contenidos
 - 6.9.1. Optimización de contenidos para buscadores
 - 6.9.2. Generación de contenidos
 - 6.9.3. Dinamización de contenidos
- 6.10. Conversión
 - 6.10.1. Lead Capture & CRO
 - 6.10.2. Lead nurturing & Marketing automation

Módulo 7. Analítica web y Marketing Analytics

- 7.1. Análisis web
 - 7.1.1. Fundamentos de la analítica web
 - 7.1.2. Medios clásicos vs medios digitales
 - 7.1.3. Metodología de base del analista web
- 7.2. Google Analytics
 - 7.2.1. Configuración de una cuenta
 - 7.2.2. Tracking API Javascript
 - 7.2.3. Informes y segmentos personalizados
- 7.3. Análisis cualitativo
 - 7.3.1. Técnicas de investigación de aplicadas en analítica web
 - 7.3.2. Customer journey
 - 7.3.3. Purchase funnel
- 7.4. Métricas digitales
 - 7.4.1. Métricas básicas
 - 7.4.2. Ratios
 - 7.4.3. Establecimiento de objetivos y KPIs
- 7.5. Áreas de análisis de una estrategia
 - 7.5.1. Captación de tráfico
 - 7.5.2. Activación
 - 7.5.3. Conversión
 - 7.5.4. Fidelización
- 7.6. Data science & Big data
 - 7.6.1. Business Intelligence
 - 7.6.2. Metodología y análisis de grandes volúmenes de datos
 - 7.6.3. Extracción, tratamiento y carga de datos

- 7.7. Visualización de datos
 - 7.7.1. Visualización e interpretación de dashboards
 - 7.7.2. Transformación del dato en valor
 - 7.7.3. Integración de fuentes
 - 7.7.4. Presentación de informes
- 7.8. Herramientas de analítica web
 - 7.8.1. Base tecnológica de una herramienta de AW
 - 7.8.2. Logs y Tags
 - 7.8.3. Etiquetado básico y adhoc

Módulo 8. Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro

- 8.1. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos
 - 8.1.1. Estrategias de innovación
 - 8.1.2. Innovación abierta
 - 8.1.3. Organización y cultura innovadoras
 - 8.1.4. Equipos multifuncionales
- 8.2. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos
 - 8.2.1. Diseño de nuevos productos
 - 8.2.2. Lean Design.
 - 8.2.3. Industrialización de nuevos productos
 - 8.2.4. Fabricación y montaje
- 8.3. Digital e-commerce management
 - 8.3.1. Nuevos modelos de negocio e-Commerce
 - 8.3.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
 - 8.3.3. Estructura tecnológica en e-Commerce
- 8.4. Operaciones y logística en el comercio electrónico
 - 8.4.1. Gestión digital del punto de venta
 - 8.4.2. Contact center management.
 - 8.4.3. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos

- 8.5. e-Logistics. B2C y B2B
 - 8.5.1. E-Logistics.
 - 8.5.2. El B2C: e-fulfilment, la última milla
 - 8.5.3. El B2B: e-procurement. Market Places
- 8.6. Digital pricing
 - 8.6.1. Medios y pasarelas de pago online
 - 8.6.2. Promociones electrónicas
 - 8.6.3. Temporización digital de precios
 - 8.6.4. e-auctions
- 8.7. Aspectos legales del e-Commerce
 - 8.7.1. Normativa de la UE y de España
 - 8.7.2. Protección de datos
 - 8.7.3. Aspectos fiscales del e-Commerce
 - 8.7.4. Condiciones Generales de Venta
- 8.8. El almacén en el e-Commerce
 - 8.8.1. Peculiaridades del almacén en el e-Commerce
 - 8.8.2. Diseño y planificación del almacén
 - 8.8.3. Infraestructuras. Equipos fijos y móviles
 - 8.8.4. Zonificación y ubicaciones
- 8.9. El diseño de la tienda on-line
 - 8.9.1. Diseño y usabilidad
 - 8.9.2. Funcionalidades más comunes
 - 8.9.3. Alternativas tecnológicas
- 8.10. Supply chain management y tendencias de futuro
 - 8.10.1. Futuro del e-Business
 - 8.10.2. La realidad hoy y futuro del e-Commerce
 - 8.10.3. Modelos Operativos SC para Empresas Globales

Módulo 9. *Mobile e-commerce*

- 9.1. Mobile marketing
 - 9.1.1. Nuevos hábitos de consumo y movilidad
 - 9.1.2. Modelo SoLoMo
 - 9.1.3. Las 4 Ps del Marketing Mix en movilidad
- 9.2. Tecnología móvil
 - 9.2.1. Operadores móviles
 - 9.2.2. Dispositivos móviles y sistemas operativos
 - 9.2.3. Aplicaciones móviles y webapps
 - 9.2.4. Sensores e integración con el mundo físico
- 9.3. Tendencias en mobile marketing
 - 9.3.1. Mobile publishing
 - 9.3.2. Advergaming y Gammification
 - 9.3.3. Geolocalización Mobile
 - 9.3.4. Realidad aumentada
- 9.4. Comportamiento de los usuarios móviles
 - 9.4.1. Nuevos hábitos de búsqueda en los dispositivos móviles
 - 9.4.2. Multi-Screen
 - 9.4.3. El móvil como motor de compra
 - 9.4.4. ASO, captación y fidelización de usuarios mobile
- 9.5. Interfaz de usuario y experiencia de compra
 - 9.5.1. Reglas y plataformas de m-Commerce
 - 9.5.2. Omnichannel
 - 9.5.3. Mobile & Proximity Marketing
 - 9.5.4. Gap entre consumidor y anunciante
 - 9.5.5. Gestores de contenido en mobile commerce

- 9.6. Apps y compras
 - 9.6.1. Diseñando Apps Mobile commerce
 - 9.6.2. Apps store
 - 9.6.3. App marketing para fidelización de clientes
 - 9.6.4. App marketing para comercio electrónico
- 9.7. Pagos móviles
 - 9.7.1. Cadena de valor y modelos de negocio de los métodos de pagos móviles
 - 9.7.2. Claves para mejorar la UX en el pago móvil
 - 9.7.3. Estrategias de posicionamiento en el mercado de los pagos móviles
 - 9.7.4. Gestión del fraude
- 9.8. Analítica móvil
 - 9.8.1. Metodologías de medición y análisis móvil
 - 9.8.2. Métricas en Mobile: principales KPIs
 - 9.8.3. Análisis de rentabilidad
 - 9.8.4. Mobile analytics
- 9.9. Mobile commerce
 - 9.9.1. Servicios
 - 9.9.2. Aplicaciones
 - 9.9.3. Mobile social shopping
- 9.10. Mobile social media applications
 - 9.10.1. Integración del móvil en Redes Sociales
 - 9.10.2. Movilidad, relación, ubicuidad y publicidad
 - 9.10.3. Facebook Places
 - 9.10.4. Geolocalización, directorios móviles, recomendaciones on-line y compra

Módulo 10. Nuevas tendencias digitales

- 10.1. Internet de las cosas
 - 10.1.1. Visiones y retos
 - 10.1.2. Tecnologías clave
 - 10.1.3. Proyectos pioneros
- 10.2. Gamificación
 - 10.2.1. Técnicas de gamificación empresarial
 - 10.2.2. Gamification design framework
 - 10.2.3. Mecanismos de funcionamiento y motivación
 - 10.2.4. Beneficios y retorno de la inversión
- 10.3. Big Data
 - 10.3.1. Aplicación sectorial
 - 10.3.2. Modelos de negocio
 - 10.3.3. Nuevas profesiones
- 10.4. Inteligencia artificial
 - 10.4.1. Aspectos Metodológicos en inteligencia artificial
 - 10.4.2. Búsqueda heurística
 - 10.4.3. Métodos de inferencia en reglas
 - 10.4.4. Redes semánticas
- 10.5. Robótica
 - 10.5.1. Morfología del robot
 - 10.5.2. Herramientas matemáticas para la localización espacial
 - 10.5.3. Control cinemático
 - 10.5.4. Criterios de implantación de un robot industrial

- 10.6. Modelado y simulación
 - 10.6.1. Modelado mediante DEVS
 - 10.6.2. Modelado de las entradas aleatorias
 - 10.6.3. Generación de las entradas aleatorias
 - 10.6.4. Diseño de experimentos y optimización
- 10.7. Implantación de la criptografía en proyectos tecnológicos
 - 10.7.1. Firma electrónica
 - 10.7.2. Certificado digital
 - 10.7.3. Encriptación de datos
 - 10.7.4. Aplicaciones prácticas de la criptografía
- 10.8. Otras tendencias
 - 10.8.1. Impresoras 3D
 - 10.8.2. Drones
 - 10.8.3. Visión artificial
 - 10.8.4. Realidad aumentada



¡Matricúlate ahora! Cursa este Máster Profesional y conviértete en un experto en Negocios Digitales. En tan sólo 12 meses aumentarás de forma notable tus posibilidades laborales en este ámbito”

07

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los profesionales del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina *Relearning*.

Nuestra institución es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores del mejor centro educativo online en español.





Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



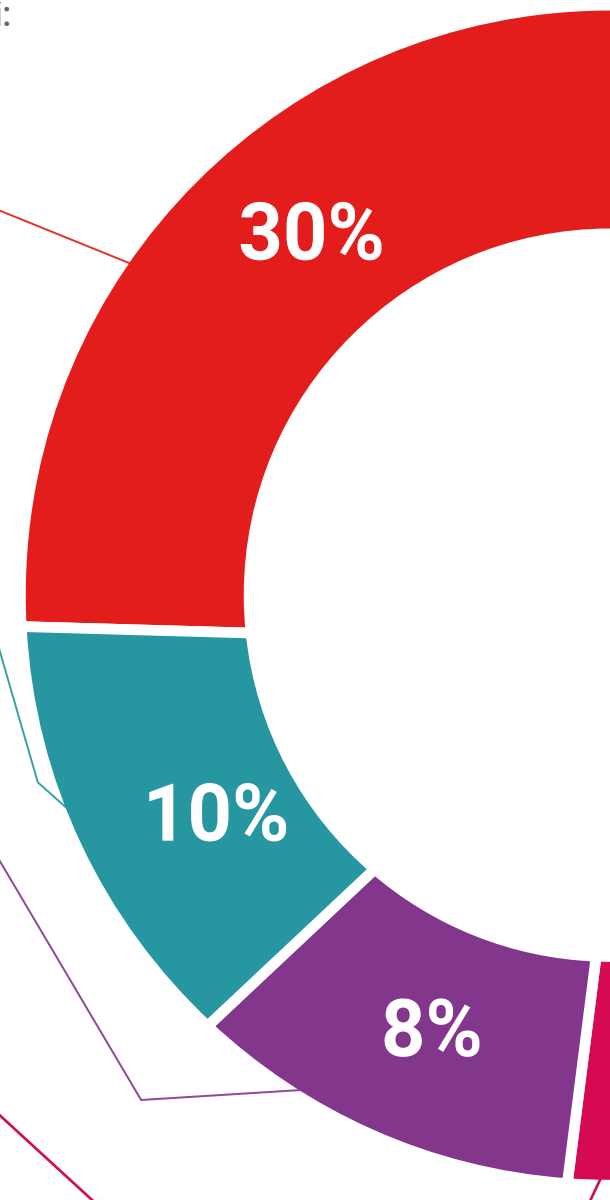
Prácticas de habilidades y competencias

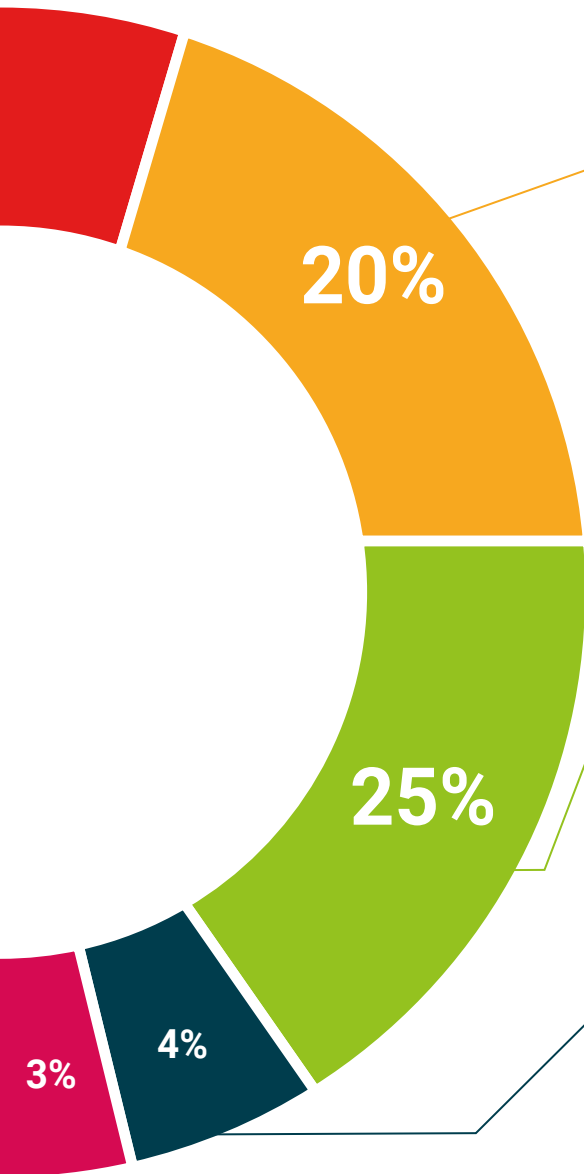
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



08

Titulación

El Máster Profesional MBA en Negocios Digitales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

El título expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Profesional, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Máster Profesional MBA en Negocios Digitales**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**



salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente
desarrollo web formación
aula virtual idiomas instituciones

tech formación profesional

Máster Profesional MBA en Negocios Digitales

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Máster Profesional

MBA en Negocios Digitales

