

Máster Profesional

Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital



Máster Profesional Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/administracion-gestion/master-profesional/master-profesional-metodologias-agiles-gestion-proyectos-transformacion-digital

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer
al finalizar la Máster
Profesiona?

pág. 10

05

Dirección del curso

pág. 14

06

Plan de formación

pág. 18

07

Metodología

pág. 30

08

Titulación

pág. 34

01

Presentación

Las ventajas de las metodologías ágiles y la transformación digital son cada vez evidentes en la actual gestión de las empresas. Sin embargo, implementarlas requiere de profesionales con la mejor capacitación, lo cual ha convertido a esta línea de empleabilidad en una de las que más crecimiento experimenta. Por eso, este completo plan de estudios te ofrece las principales habilidades relacionadas con la organización, comunicación y labores administrativas en compañías con múltiples componentes tecnológicos. La titulación ofrece un temario teórico-práctico de calidad, elaborado por auténticos expertos en la materia. Asimismo, dispone de un formato de estudios 100% online, que te permitirá conciliar otros planes personales y de trabajo con el aprendizaje.

“

¿Quieres aportar un significativo grano de arena a la transformación digital de las empresas? Consíguelo con este completo plan de estudio 100% online y con alta orientación profesional”





En un mundo empresarial altamente dinámico y competitivo, las metodologías ágiles se han convertido en una valiosa herramienta para la gestión de proyectos. Por eso, las organizaciones buscan profesionales que dominen diversas técnicas de este ámbito y puedan adaptarse rápidamente a la transformación digital, optimizando procesos y resultados.

Mediante este completo itinerario académico de TECH lograrás distinguir las principales diferencias entre el ecosistema tradicional de negocio y el digital. Asimismo, comprenderás los retos en cada ámbito de la empresa y profundizar en los modelos de negocio digitales y cómo se utilizan en este entorno para competir. Además, ahondarás en el desarrollo proyectos con *Canvas Business Model*, con metodología *Lean Startup* y el *software Scrum*.

Por último, este Máster Profesional tu ayudará a dominar el *Design Thinking* como principal herramienta de creatividad e innovación en la empresa del siglo XXI. Además, por el cómodo formato de estudio 100% online, lograrás conciliar con facilidad este proceso de aprendizaje con otros proyectos profesionales y personales, a la vez que aumentan de manera considerable tus posibilidades laborales en este ámbito.

“ Aprende a utilizar el modelo de negocio *Canvas Business Model*, la metodología *Lean Startup* y el *software Scrum*, entre otras metodologías ágiles, con este Máster Profesional”

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 garantiza el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni densas tramitaciones 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

Cada vez más organizaciones optan por el empleo de las metodologías ágiles de gestión de proyectos en su proceso de transformación digital. Por ello, realizar este Máster Profesional conlleva una serie de beneficios que implican ayudar en un menor costo en la consecución de objetivos para las empresas, así como una mayor capacidad de organización y flexibilización del trabajo. Cursando este programa te estarás habilitando para desarrollarte en múltiples puestos de trabajo relacionados con esta área con excelencia.

“

Adquiere, mediante este programa de TECH, un perfil profesional centrado en la transformación digital y opta a empleos de excelencia”



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

- ♦ Auxiliar de digitalización
- ♦ Operador documental
- ♦ Ayudante de montador de sistemas microinformáticos
- ♦ Asistente de instalación de sistemas para transmisión de datos
- ♦ Grabador-verificador de datos
- ♦ Administrativo de banca y de seguros
- ♦ Administrativo especializado en nuevos medios de pago
- ♦ Administrativo de logística



04

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

Completando este Máster Profesional conseguirás llevar a cabo diversas actividades relacionadas con la transformación digital de las empresas. Así como con la gestión de proyectos, a los cuales cada vez más organizaciones se suman. Podrás conocer así sus tendencias de consumo en el sector y la misma medida, sus normativas y buenas prácticas.

01

Aplicar las principales tendencias y metodologías de gestión impactadas por la transformación digital

02

Implementar la interactividad en la comunicación que da lugar a la Web 2.0

03

Combinar modelos de negocio diversos para conseguir ventajas competitivas

04

Iniciar el camino hacia la transformación digital según el estado actual de la empresa





05

Usar las últimas herramientas y tendencias en la transformación digital

06

Realizar un análisis exhaustivo del plan de empresa basado en modelos de negocio más sólidos

07

Interpretar cómo la transformación digital impactar positivamente en el desarrollo de proyectos

08

Emplear las principales aplicaciones en el ámbito de la innovación y el contexto digital

tech 12 | ¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

09

Utilizar el *Design Thinking* como herramienta en la creación y optimización de productos y servicios, desde una perspectiva profesional

10

Potenciar el impacto de la revolución digital en el marketing

11

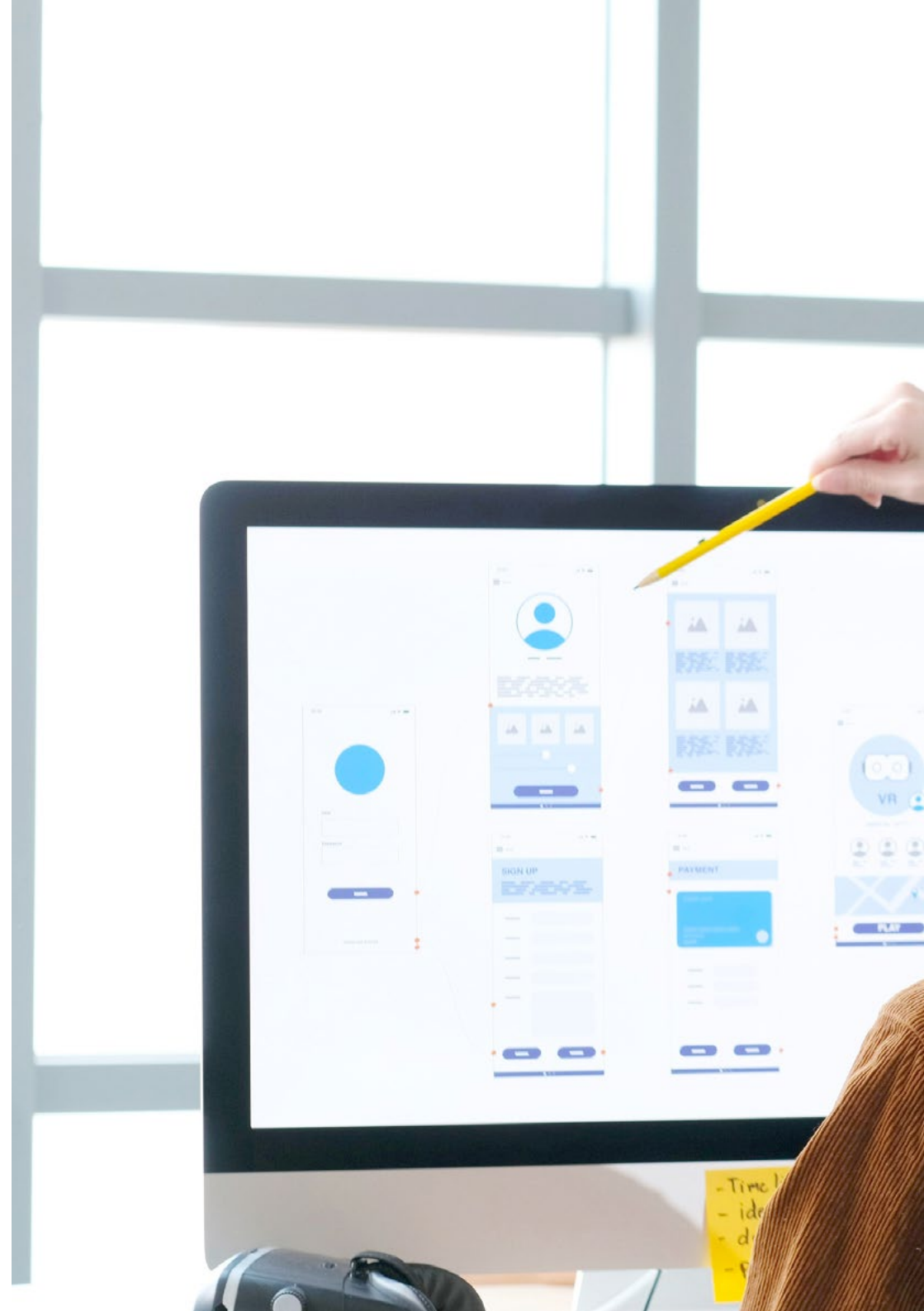
Desarrollar un plan de marketing digital, comprendiendo las principales diferencias de enfoque entre el marketing tradicional y el digital

12

Determinar los beneficios y oportunidades que nos ofrece la investigación de la experiencia de usuario

13

Descifrar el impacto de las decisiones tecnológicas en el comercio electrónico





14

Plantear los principales retos logísticos y de operaciones de la venta online

15

Distinguir las principales diferencias entre el ecosistema tradicional de negocio y el digital

16

Deducir y comprender los principales retos de la transformación digital en cada ámbito de la empresa

17

Indagar en los principales modelos de negocio digitales y cómo se utilizan en este entorno para competir

18

Dominar las claves de las principales metodologías ágiles para la gestión y transformación de la empresa

05

Dirección del curso

Este Máster Profesional está conformado por auténticos profesionales y expertos en activo del ámbito de las Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital. Han sido escogidos por su extensa y avalada experiencia en su ámbito y los específicos currículum vitae que todos acumulan. Además de ofrecerte un concreto y especializado contenido teórico-práctico, te guiarán en tu proceso de aprendizaje y conseguirán que desarrolles tus mejores habilidades y destrezas laborales. Aprenderás de sus amplios conocimientos y te convertirás en un profesional de éxito en el sector.

“

¿Sabías que este Máster Profesional está liderado por auténticos expertos y profesionales en activo del sector? ¡No dejes pasar esta oportunidad e inscríbete hoy mismo!”



Dirección del curso

D. Barrientos, Giancarlo

- ♦ IT Manager en Assist-365
- ♦ Ingeniero en sistemas de la información con una especialización en Ingeniería de software por la U.S.A.L de Buenos Aires, Argentina
- ♦ Cofundador y CTO en Logtech
- ♦ Fundador y CTO en Dashcore
- ♦ Máster en Gestión por Procesos y Transformación Digital
- ♦ Ingeniero de Software por la Universidad del Salvador

D. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- ♦ Ingeniero en Eficiencia Energética y Economía Circular en Aprofem
- ♦ Ingeniero Técnico Industrial por la E.U.P de Málaga
- ♦ Ingeniero Industrial por la E.T.S.I.I. de Ciudad Real
- ♦ Delegado de Protección de Datos Data Protection Officer (DPO) por la Universidad Antonio Nebrija
- ♦ Experto en dirección de proyectos y consultor y mentor de negocios en organizaciones como Youth Business Spain o COGITI de Ciudad Real
- ♦ CEO de la startup GoWork orientada a la gestión de las competencias y desarrollo profesional y la expansión de negocios a través de hiperetiquetas
- ♦ Redactor de contenido formativo tecnológico para entidades tanto públicas como privadas
- ♦ Profesor homologado por la EOI en las áreas de industria, emprendeduría, recursos humanos, energía, nuevas tecnologías e innovación tecnológica

Cuadro docente

D. Cotes, Jaime

- ♦ CEO Jaime Cotes, experto en estrategias digitales
- ♦ CEO Jaime Cotes
- ♦ Gerente Zoom 10
- ♦ Grado en Ingeniería por la Universidad del Norte Ingeniero Electricista
- ♦ Egresado de la Escuela de Formación de Consultores Universidad del Rosario - Universidad del Norte
- ♦ Máster Internacional en Marketing y Negocios Digitales, IEMD
- ♦ Máster of Business Administration. Especialización en redes de computadores por la Universidad del Norte
- ♦ Máster en Gestión y Dirección de Equipos Digitales
- ♦ Consultor Certificado Internacional por BVQI (Bureau Veritas Quality Internacional)
- ♦ Certificado en Digital Coach, en Escuela de Negocios Europea de Barcelona S.L.
- ♦ Diplomado Formación en Tutoría Virtual y Diplomado en docencia universitaria, en la Universidad del Norte

D. García Rodrigo, Javier

- ♦ Asesor tecnológico experto en Telecomunicaciones
- ♦ Consultor independiente de Tecnologías Emergentes para startups internacionales como Foundernest.com y Juntosalimos.org.
- ♦ Especialista de Innovación en Telefónica
- ♦ Investigador del programa Meridian Social Innovation del Departamento de Estado de Estados Unidos
- ♦ Máster Doble en Administración de Empresas e Innovación por la Universidad de Barcelona
- ♦ Ingeniero en Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid

Dña. Garbarino, Lucía

- ♦ Cofundadora de UX Argentina
- ♦ Diseñadora de productos en Reserve
- ♦ Coorganizadora de ProductTank
- ♦ Diseñadora de producto en Rappi
- ♦ Diseñadora de producto en Eventbrite





Dña. Santiago, Claudia

- ♦ Gestora de cuentas de Selectrik
- ♦ Ejecutiva de ventas corporativas para la Costa Atlántica de Berlitz Colombia
- ♦ Directora comercial de la Escuela de Gastronomía Verde Oliva
- ♦ Coordinadora comercial de la Fundación Universitaria CEIPA
- ♦ Ejecutiva de Cuentas de Guía Académica, de la Casa Editorial El Tiempo
- ♦ Ejecutiva de Admisiones y directora general de sede de FUNIBER
- ♦ Licenciada en Negocios y Finanzas Internacionales por la Universidad Autónoma del Caribe
- ♦ Máster en Comercialización y Comunicación Publicitaria por la Universidad de El Salvador

Dña. Crespo García, Laura

- ♦ Comunicadora Social y Periodista
- ♦ Relaciones públicas en Gente Estratégica (Colombia)
- ♦ Prensa Audiovisual en la multinacional de medios Zoomintv
- ♦ Asistente de Producción Audiovisual y Comunicación, en Secretaría de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires
- ♦ Productora Audiovisual en Juegos Olímpicos de la Juventud en Buenos Aires
- ♦ Encargada de Marketing Digital, Publicidad y Community Manager en Multiled
- ♦ Máster en Comunicación Audiovisual
- ♦ Formación en Marketing Digital y Community Manager

06

Plan de formación

El plan de estudio de este Máster Profesional se ha desarrollado con base en la probada excelencia académica. Mediante este método de aprendizaje 100% online de TECH lograrás conciliar exitosamente otros proyectos profesionales y personales al mismo tiempo que te especializas en este concreto ámbito. A lo largo de 10 cómodos módulos aprenderás todo sobre las últimas líneas de investigación en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital. Además, conseguirás no sólo acceder a un material teórico de primera calidad, sino desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para desempeñarte con éxito en este sector.

“

Domina los contenidos de esta titulación a través de la innovadora metodología Relearning de TECH, enfocada al desarrollo de tus habilidades prácticas”



Módulo 1. Impacto digital en los negocios: nuevos modelos de negocio digitales

- 1.1. Internet y su impacto en la sociedad
 - 1.1.1. Desarrollo del internet y su impacto social
 - 1.1.2. Inicio Web 1.0
 - 1.1.3. Conectividad
 - 1.1.4. Futuro nuevas tendencias
- 1.2. Internet como medio de comunicación: cambios sociales y económicos
 - 1.2.1. Los medios de comunicación
 - 1.2.2. Aportación de Internet como medio de comunicación
 - 1.2.3. Inconvenientes
- 1.3. La Web 2.0: un cambio de paradigma
 - 1.3.1. Internet 2.0
 - 1.3.2. El manifiesto *ClueTrain*
 - 1.3.3. El paradigma de la nueva comunicación y el nuevo consumidor
 - 1.3.4. *Mobile*
- 1.4. Modelos de negocio
 - 1.4.1. Modelo de negocio
 - 1.4.2. Generación de ingresos
 - 1.4.3. Público objetivo
 - 1.4.4. La competencia
 - 1.4.5. La propuesta de valor
- 1.5. Competiendo en la economía digital
 - 1.5.1. Novedades en la economía digital
 - 1.5.2. Incremento de la competencia
 - 1.5.3. Las innovaciones y su impacto
- 1.6. Modelos de negocio de la economía digital I: publicidad
 - 1.6.1. Modelos de negocio basados en contenidos
 - 1.6.2. Publicidad
 - 1.6.3. Afiliación
- 1.7. Modelos de negocio de la economía digital II: transacción
 - 1.7.1. Tiendas online
 - 1.7.2. *Marketplaces*
 - 1.7.3. Suscripción
 - 1.7.4. *Sharing economy*
 - 1.7.5. *Freemium*
- 1.8. Modelos de negocio de la economía digital III: productos y servicios
 - 1.8.1. Productos
 - 1.8.2. Servicios
 - 1.8.3. Información
 - 1.8.4. Comunidad
- 1.9. Competencia basada en nuevos modelos de negocio
 - 1.9.1. Aportación de valor versus ingresos
 - 1.9.2. Desarrollo de modelos de ingresos
 - 1.9.3. Competir en nuevo entorno digital
- 1.10. Desarrollo de proyectos en la economía digital
 - 1.10.1. Valoración de compañías
 - 1.10.2. Prioridades
 - 1.10.3. Política de adquisiciones
 - 1.10.4. Financiación

Módulo 2. Transformación digital de la empresa: áreas impactadas por la transformación

- 2.1. Transformación digital
 - 2.1.1. La nueva revolución industrial
 - 2.1.2. Crecer en un entorno digital
 - 2.1.3. Cultura corporativa en un entorno digital
 - 2.1.4. Empresas nativas digitales
- 2.2. Cultura organizacional y liderazgo
 - 2.2.1. Análisis inicial, identificando el grado de madurez que presenta la organización en aspectos de liderazgo y digitalización
 - 2.2.2. Definición de objetivos estratégicos para la transformación digital
 - 2.2.3. Elaboración de un plan estratégico, identificando iniciativas y necesidades. Priorizando aquellas importantes consideradas en los objetivos estratégicos
 - 2.2.4. Liderazgo en la transformación digital
 - 2.2.5. Medición y seguimiento de los objetivos estratégicos
- 2.3. Departamento IT
 - 2.3.1 Nuevos roles en la organización
 - 2.3.2. Herramientas para usar en IT
 - 2.3.3. Liderazgo de la transformación digital por el departamento IT
- 2.4. Digitalización del cliente
 - 2.4.1. Puntos que influyen en la fidelidad del cliente
 - 2.4.2. Orientación al cliente, estrategia clave
 - 2.4.3. Entender el comportamiento del cliente
 - 2.4.4. Uso de los datos para conocer al cliente
 - 2.4.5. Reputación corporativa, satisfacción del cliente, eficiencia
- 2.5. De RRHH a una gestión de personas
 - 2.5.1. Los cambios desde el punto de vista RRHH
 - 2.5.2. Nuevas competencias digitales para los nuevos trabajadores
 - 2.5.3. Expertos digitales vs. talento digital
 - 2.5.4. Herramientas para la selección del talento
 - 2.5.5. Toma de decisiones basadas en datos
- 2.6. Marketing y ventas
 - 2.6.1. De interrumpir la conversación a formar parte con contenido relevante
 - 2.6.2. Transmitir emociones desde nuestros activos digitales de forma inmersiva
 - 2.6.3. Integrar *Commerce* + *Mobile* + *Social* + *AI* lograr impactar para acelerar la compra
 - 2.6.4. Hyper-localización: lo local es global, rompiendo los paradigmas del comercio
 - 2.6.5. *Social Intelligence: del Big Data al Small Data* para predecir comportamientos
- 2.7. Departamento de compras
 - 2.7.1. Revalorización del departamento de compras
 - 2.7.2. Nuevas funcionalidades y roles
 - 2.7.3. Optimización de la cadena de suministros más efectiva
 - 2.7.4. Habilidades y capacidades del personal de compras
- 2.8. Industria 4.0
 - 2.8.1. La Internet móvil y la comunicación M2M son la base de IoT
 - 2.8.2. El análisis de datos (*Big Data*) permitirá identificar patrones e interdependencias, encontrar ineficiencias e incluso predecir eventos futuros
 - 2.8.3. Las aplicaciones e infraestructuras ofrecidas en la nube
- 2.9. Departamento financiero
 - 2.9.1. *Data Analytics*: El análisis automatizado de los datos
 - 2.9.2. Análisis real de los procesos y eventos basados en hechos
 - 2.9.3. Inteligencia artificial para el desarrollo de nuevos modelos financieros
 - 2.9.4. Automatización de los procesos más repetitivos
 - 2.9.5. Control de las operaciones por *Blockchain*
- 2.10. Departamento de logística
 - 2.10.1. Experiencia de cliente
 - 2.10.2. Nuevos perfiles digitales para la logística
 - 2.10.3. Liderazgo
 - 2.10.4. Plataformas digitales

Módulo 3. Metodologías ágiles de desarrollo de nuevos modelos de negocio: *Canvas Business Model*

- 3.1. Desarrollo de nuevos modelos de negocio
 - 3.1.1. Patrones
 - 3.1.2. Ideas de diseño
 - 3.1.3. Prototipado
- 3.2. La propuesta de valor
 - 3.2.1. Dar valor a nuestros clientes
 - 3.2.2. Solución al problema de nuestros clientes
 - 3.2.3. Los clientes satisfechos y sus necesidades
 - 3.2.4. Particularizar los productos o servicios a cada sector de clientes
- 3.3. Segmentos de cliente Selección de segmentos de cliente
 - 3.3.1. Creación de valor para cada cliente
 - 3.3.2. Saber identificar los clientes más importantes
 - 3.3.3. Nichos de mercados
- 3.4. Canales de comunicación y distribución
 - 3.4.1. Dar a conocer a los clientes los productos/servicios
 - 3.4.2. Ayudar a los clientes a evaluar la propuesta
 - 3.4.3. Permitir que los clientes comprendan productos/servicios
 - 3.4.4. Proporcionar a los clientes una propuesta de valor
 - 3.4.5. Ofrecer a los clientes servicios de atención postventa
- 3.5. Relación con el cliente
 - 3.5.1. Captación de clientes
 - 3.5.2. Fidelización de clientes
 - 3.5.3. Estimulación de las ventas
- 3.6. Flujos de Ingreso
 - 3.6.1. Los ingresos dentro del plan de negocio
 - 3.6.2. Ingresos por transacciones derivadas de pagos puntuales
 - 3.6.3. Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos
- 3.7. Recursos Clave
 - 3.7.1. Físicos
 - 3.7.2. Intelectuales
 - 3.7.3. Humanos
 - 3.7.4. Económicos
- 3.8. Actividades Claves
 - 3.8.1. Actividades de producción
 - 3.8.2. Actividades de resolución de problemas
 - 3.8.3. Actividades de plataforma/red
- 3.9. Alianzas estratégicas
 - 3.9.1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras
 - 3.9.2. Alianzas estratégicas entre empresas competidoras
 - 3.9.3. *Joint Ventures*
 - 3.9.4. Relaciones cliente-proveedores
- 3.10. Estructura de costes
 - 3.10.1. El rol del coste en el plan de negocio
 - 3.10.2. Estructuras de costes según costes
 - 3.10.3. Estructuras de costes según valor

Módulo 4. Metodologías ágiles de gestión de proyectos y tecnología

- 4.1. Estado del arte en metodologías ágiles
 - 4.1.1. Contexto del surgimiento de estas metodologías
 - 4.1.2. Desafíos que nos ayudan a resolver
 - 4.1.3. Ecosistema de metodologías y las relaciones entre ellas
- 4.2. *Agile* Manifiesto y principios
 - 4.2.1. Principios del manifiesto
 - 4.2.2. Significado, importancia e implicaciones
 - 4.2.3. Puntos de contacto con aspectos clave de otras metodologías coetáneas
- 4.3. SCRUM I
 - 4.3.1. SCRUM
 - 4.3.2. Desafíos y beneficios
 - 4.3.3. Características SCRUM
 - 4.3.4. Procedimiento y fases
 - 4.3.5. Roles
- 4.4. SCRUM II – Planificación y *Sprints*
 - 4.4.1. Estudio del “*sprint*”
 - 4.4.2. Entender esta fase
 - 4.4.3. Objetivos y desafíos
 - 4.4.4. Procedimiento en la práctica
- 4.5. SCRUM III – Fase de revisión
 - 4.5.1. Entender esta fase
 - 4.5.2. Objetivos y desafíos
 - 4.5.3. Procedimiento en la práctica
- 4.6. SCRUM IV – Fase de retrospectiva
 - 4.6.1. Entender esta fase
 - 4.6.2. Objetivos y desafíos
 - 4.6.3. Procedimiento en la práctica
- 4.7. SCRUM V – Documentación y buenas prácticas
 - 4.7.1. Por qué documentar
 - 4.7.2. Cómo documentar
 - 4.7.3. Buenas prácticas
- 4.8. *Extreme Programming*
 - 4.8.1. Análisis del *Extreme Programming*
 - 4.8.2. Objetivos y desafíos de la metodología *Extreme Programming*
 - 4.8.3. Procedimiento en la práctica
- 4.9. KANBAN
 - 4.9.1. Metodología KANBAN
 - 4.9.2. Objetivos, beneficios y limitaciones
 - 4.9.3. La metodología en la práctica
- 4.10. Aplicación de las metodologías ágiles en distintos campos
 - 4.10.1. Entender cómo las metodologías ágiles nos pueden ayudar en diferentes áreas
 - 4.10.2. *Agile software development*
 - 4.10.3. *Agile Marketing*
 - 4.10.4. *Agile Sales*

Módulo 5. Metodologías de innovación: *Design Thinking*

- 5.1. *Design Thinking*: innovación centrada en las personas
 - 5.1.1. Entender los principios fundamentales del *Design Thinking*
 - 5.1.2. Objetivos y limitaciones
 - 5.1.3. Beneficios, dentro del contexto actual
- 5.2. Fases del *Design Thinking*
 - 5.2.1. Comprender el flujo de desarrollo de esta metodología
 - 5.2.2. Desafíos en cada una de las fases de un proyecto
 - 5.2.3. Errores y mala praxis
- 5.3. Metodologías de investigación en *Design Thinking I*
 - 5.3.1. Metodologías I
 - 5.3.2. Objetivos, beneficios y limitaciones I
 - 5.3.3. Aplicación en la práctica I
- 5.4. Metodologías de investigación en *Design Thinking II*
 - 5.4.1. Metodologías II
 - 5.4.2. Objetivos, beneficios y limitaciones II
 - 5.4.3. Aplicación en la práctica II
- 5.5. El *customer journey*
 - 5.5.1. El *Customer Journey*
 - 5.5.2. Objetivos, beneficios y casos de uso
 - 5.5.3. Aplicación en la práctica
- 5.6. Flujo de trabajo en *Design Thinking I*: la inmersión
 - 5.6.1. Objetivos
 - 5.6.2. Procedimiento
 - 5.6.3. Desafíos y buenas prácticas
- 5.7. Flujo de trabajo en *Design Thinking II*: la ideación
 - 5.7.1. Objetivos
 - 5.7.2. Procedimiento
 - 5.7.3. Desafíos y buenas prácticas
- 5.8. Flujo de trabajo en *Design Thinking III*: la implementación
 - 5.8.1. Objetivos
 - 5.8.2. Procedimiento
 - 5.8.3. Desafíos y buenas prácticas
- 5.9. Flujo de trabajo en *Design Thinking IV*: testado y cierre
 - 5.9.1. Objetivos
 - 5.9.2. Procedimiento
 - 5.9.3. Desafíos y precauciones previas a la implementación de soluciones
- 5.10. Buenas y malas prácticas en *Design thinking*
 - 5.10.1. Riesgos y errores más habituales en la práctica del *design thinking*
 - 5.10.2. Casos en los que no debemos aplicar esta metodología
 - 5.10.3. Recomendaciones finales y *checklist*

Módulo 6. Metodologías ágiles de nuevos productos y negocios: *Lean Startup*

- 6.1. Espíritu emprendedor
 - 6.1.1. Emprendedor
 - 6.1.2. Características del emprendedor
 - 6.1.3. Tipos de emprendedores
- 6.2. Emprender y trabajar en equipo
 - 6.2.1. Trabajo en equipo
 - 6.2.2. Características del trabajo en equipo
 - 6.2.3. Ventajas y desventajas de trabajar en equipo
- 6.3. Creación de una empresa
 - 6.3.1. Ser empresario
 - 6.3.2. Concepto y modelo de empresa
 - 6.3.3. Etapas del proceso de creación de empresas
- 6.4. Componentes básicos de una empresa
 - 6.4.1. Distintos enfoques
 - 6.4.2. Los 8 componentes de una empresa
 - 6.4.2.1. Clientes
 - 6.4.2.2. Entorno
 - 6.4.2.3. Tecnología
 - 6.4.2.4. Recursos materiales
 - 6.4.2.5. Recursos humanos
 - 6.4.2.6. Finanzas
 - 6.4.2.7. Redes empresariales
 - 6.4.2.8. Oportunidad





- 6.5. Propuesta de Valor
 - 6.5.1. La propuesta de valor
 - 6.5.2. Generación de ideas
 - 6.5.3. Recomendaciones generales de propuestas de valor
- 6.6. Herramientas de Ayuda para el emprendedor:
 - 6.6.1. *Lean StartUp*
 - 6.6.2. *Design thinking*
 - 6.6.3. *Open Innovation*
- 6.7. *Lean Startups*
 - 6.7.1. *Lean Startup*
 - 6.7.2. La metodología *Lean Startup*
 - 6.7.3. Fases por las que atraviesa una *Startup*
- 6.8. Secuencia en el planteamiento de negocio
 - 6.8.1. Validar Hipótesis
 - 6.8.2. PMV: Producto mínimo viable PMV
 - 6.8.3. Medir: *Lean Analytics*
 - 6.8.4. Pivotar o perseverar
- 6.9. Innovar
 - 6.9.1. Innovación
 - 6.9.2. La capacidad de innovar, la creatividad y el crecimiento
 - 6.9.3. El ciclo de innovación
- 6.10. Creatividad
 - 6.10.1. La creatividad como habilidad
 - 6.10.2. El proceso de creatividad
 - 6.10.3. Tipos de creatividad

Módulo 7. Marketing digital: la transformación de la comunicación y el marketing

- 7.1. La revolución digital en el marketing
 - 7.1.1. El impacto de Internet en la comunicación
 - 7.1.2. Trascendencia de Internet en la comunicación
 - 7.1.3. Las 4P del marketing online
- 7.2. El plan de marketing en un entorno digital
 - 7.2.1. Utilidad del PdMD
 - 7.2.2. Partes del plan
 - 7.2.3. Confección plan de marketing eficaz
- 7.3. Estrategia competitiva:
 - 7.3.1. La aportación de valor
 - 7.3.2. La marca como elemento competitivo
 - 7.3.3. La *Unique Selling Proposition*
 - 7.3.4. Cambios en relaciones marca consumidor
- 7.4. Objetivos de la comunicación
 - 7.4.1. Tipos de objetivos
 - 7.4.2. Branding
 - 7.4.3. Performance
 - 7.4.4. Objetivos SMART
- 7.5. El público objetivo
 - 7.5.1. Cómo se debe definir
 - 7.5.2. La segmentación
 - 7.5.3. El *Buyer Persona*
- 7.6. Estrategia de comunicación
 - 7.6.1. Los *insights*
 - 7.6.2. El posicionamiento
 - 7.6.3. El mensaje
- 7.7. Las herramientas del marketing digital I: La Web
 - 7.7.1. Web
 - 7.7.2. Tipos de Web
 - 7.7.3. Funcionamiento
 - 7.7.4. El CMS
- 7.8. Las herramientas del marketing digital II: Los buscadores
 - 7.8.1. Marketing en buscadores
 - 7.8.2. SEO
 - 7.8.3. SEM
- 7.9. Las herramientas del marketing digital III: Las redes sociales
 - 7.9.1. Tipos de redes
 - 7.9.2. *Social Media Optimization*
 - 7.9.3. *Social Ads*
- 7.10. Las herramientas del marketing digital IV: Otras herramientas
 - 7.10.1. *Emailing*
 - 7.10.2. Afiliación
 - 7.10.3. *Display*
 - 7.10.4. Video

Módulo 8. Gestión de la experiencia de usuario en un ecosistema digital

- 8.1. Experiencia de usuario
 - 8.1.1. La experiencia de usuario y su valor
 - 8.1.2. Por qué no se puede analizar como un ente aislado
 - 8.1.3. Proceso: *Lean UX*
- 8.2. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital I: *User Research*
 - 8.2.1. *User Research*
 - 8.2.2. Métodos claves
 - 8.2.3. Aplicación en la práctica
- 8.3. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital II: Estrategia de *User Research*
 - 8.3.1. Otros métodos de *User research*
 - 8.3.2. Metodologías a usar según proyecto
 - 8.3.3. Combinación con otros datos
- 8.4. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital III: Entrevistas con usuarios
 - 8.4.1. Cuando hacerlas y por qué
 - 8.4.2. Tipos de entrevistas con usuarios
 - 8.4.3. Aplicación en la práctica
- 8.5. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital IV: Personas
 - 8.5.1. Definición e identificación
 - 8.5.2. Creación
 - 8.5.3. Aplicación de esta metodología en la práctica
- 8.6. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital V: Pruebas de Usabilidad
 - 8.6.1. Instrucciones paso a paso sobre cómo realizar sus propios estudios de usabilidad
 - 8.6.2. Objetivos, beneficios y limitaciones
 - 8.6.3. Aplicación de esta metodología en la práctica
- 8.7. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VI: Pruebas de Usabilidad a distancia
 - 8.7.1. Definición y tipos
 - 8.7.2. Herramientas y cómo reclutar usuarios
 - 8.7.3. Análisis de los datos y presentar hallazgos
- 8.8. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VII: Análisis de experiencia de usuario
 - 8.8.1. Qué hacer cuando no tenemos datos de nuestros usuarios
 - 8.8.2. Métodos de inspección de usabilidad
 - 8.8.3. Otras técnicas
- 8.9. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VIII: MVP
 - 8.9.1. Formular hipótesis a validar y priorizarlas
 - 8.9.2. MVP y sus beneficios
 - 8.9.3. Errores más comunes
- 8.10. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital IX: La Analítica Web
 - 8.10.1. *User research y analytics*
 - 8.10.2. UX Discovery, optimización y metas
 - 8.10.3. Definir las métricas

Módulo 9. El comercio electrónico: nuevos canales canal de ventas

- 9.1. *Ecommerce* y tipos de comercio electrónico
 - 9.1.1. Canales de venta
 - 9.1.2. Origen de los mercados electrónicos
 - 9.1.3. Ventajas y retos
 - 9.1.4. Tipos de *ecommerce*
- 9.2. Estrategia y ventaja competitiva en comercio electrónico
 - 9.2.1. Factores claves de éxito
 - 9.2.2. El *long tail*
 - 9.2.3. Ventaja competitiva en la venta online
- 9.3. Tecnología
 - 9.3.1. Requerimientos de la tecnología
 - 9.3.2. Elementos de una plataforma de venta
 - 9.3.3. Tipos de plataformas
- 9.4. Operaciones
 - 9.4.1. Las operaciones de venta online
 - 9.4.2. Procesos operativos y logísticos
 - 9.4.3. Atención al cliente
- 9.5. Medios de pago
 - 9.5.1. Relevancia
 - 9.5.2. Principales medios de pago
 - 9.5.3. El fraude y su gestión
- 9.6. La venta online
 - 9.6.1. Palancas
 - 9.6.2. Las visitas
 - 9.6.3. La conversión
 - 9.6.4. El pedido medio
- 9.7. El *funnel* de venta
 - 9.7.1. Desarrollo del *funnel* de venta
 - 9.7.2. *Engagement*
 - 9.7.3. *Check Out*
- 9.8. Fidelización
 - 9.8.1. CRM
 - 9.8.2. Proceso
 - 9.8.3. Segmentación
- 9.9. Internacionalización
 - 9.9.1. Primera etapa
 - 9.9.2. Segunda etapa
 - 9.9.3. Tercera etapa
 - 9.9.4. Cuarta etapa
- 9.10. Omnicanalidad
 - 9.10.1. Impacto del móvil
 - 9.10.2. Multicanalidad vs omnicanalidad
 - 9.10.3. Retos de la omnicanalidad

Módulo 10. Nuevas tendencias de transformación digital y su impacto en los negocios

- 10.1. Evolución de Internet
 - 10.1.1. La evolución del ecosistema digital
 - 10.1.2. Nuevas tendencias digitales
 - 10.1.3. El nuevo cliente y el cliente futuro
- 10.2. *Ecommerce 2.0*: tendencias
 - 10.2.1. Del 1.0 al 2.0
 - 10.2.2. La venta emocional
 - 10.2.3. *Sharing Economy*
 - 10.2.4. Nuevas tendencias de venta online
- 10.3. CRO y *Growth Hacking*
 - 10.3.1. La importancia de la conversión
 - 10.3.2. CRO
 - 10.3.3. *Growth hacking*
- 10.4. *Big Data* y ciencia de datos
 - 10.4.1. La importancia de los datos
 - 10.4.2. El *Big Data*
 - 10.4.3. El rol del *Data Scientist*
- 10.5. *Internet of Things* (IoT)
 - 10.5.1. Análisis del IoT
 - 10.5.2. Impacto en la empresa
 - 10.5.3. Los wearables
 - 10.5.4. La casa conectada
- 10.6. Industria 4.0
 - 10.6.1. Nuevas tendencias
 - 10.6.2. Los *makers*
 - 10.6.3. Nueva producción industrial y robotización
- 10.7. Tendencias de marketing digital:
 - 10.7.1. Programática
 - 10.7.2. Video
 - 10.7.3. Contenidos: publicidad nativa
- 10.8. Internet 3.0: Web semántica
 - 10.8.1. Hacia dónde evoluciona la red
 - 10.8.2. Los robots asistentes: Alexa, Siri y *Google Assistant*
 - 10.8.3. La Web semántica
- 10.9. El futuro de las relaciones: el reto de la privacidad
 - 10.9.1. El reto de la privacidad
 - 10.9.2. La regulación de protección de datos
 - 10.9.3. El consumidor ante la privacidad
- 10.10. Nuevos horizontes tecnológicos
 - 10.10.1. Nuevas tendencias
 - 10.10.2. El *blockchain*
 - 10.10.3. Futura evolución y nuevos retos
 - 10.10.4. Las tecnologías que están por venir

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 emitiesen 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 en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital 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 en Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital**

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 calidad
desarrollo web formación
aula virtual idiomas instituciones

tech formación profesional

Máster Profesional Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital

Modalidad: **Online**

Titulación: **TECH Formación Profesional**

Duración: **12 meses**

Horas: **1.500**

Máster Profesional

Metodologías Ágiles de Gestión de Proyectos y Transformación Digital

