



Masters con Reconocimiento Universitario

Master de Formación Permanente en Product Management y Diseño de
Producto Digital + 60 Créditos ECTS



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master de Formación Permanente en Product Management y Diseño de Producto Digital + 60 Créditos ECTS

1. Sobre INESEM

2. Master de Formación Permanente en Product Management y Diseño de Producto Digital + 60 Créditos ECTS

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

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Por qué elegir INESEM?

6. Orientación

7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



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

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



Master de Formación Permanente en Product Management y Diseño de Producto Digital + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1970 €
CRÉDITOS ECTS	60
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters con Reconocimiento Universitario

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

Resumen

La digitalización viene impulsada de manera constante por el crecimiento de las empresas, las necesidades del consumidor y, especialmente, por el desarrollo de las nuevas tecnologías. Actualmente las empresas operan en un entorno globalizado, digitalizado y altamente competitivo en el cual se ven obligadas a competir con nuevos productos digitales, o de lo contrario morirán. Este Master en Product Management y Diseño de Producto Digital te proporcionará las habilidades digitales y el conocimiento de las tecnologías disponibles que necesitas para transformar productos físicos en digitales y para diseñar nuevos productos digitales desde cero, además de la implementación de tecnología y marketing para un exitoso lanzamiento al mercado

A quién va dirigido

El Master en Product Management y Diseño de Producto Digital se dirige a profesionales de la innovación, pero también a cualquier empresario que quiera dar el salto digital con sus productos y servicios. Para los profesionales del mundo del marketing, es una formación imprescindible para generar valor para los clientes y mejorar la estrategia competitiva en el largo plazo.

Objetivos

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

- Convertir productos obsoletos y tradicionales en nuevos productos digitales.
- Aprender a través de errores y casos de éxito, cómo el diseño de producto es esencial para conseguir clientes.
- Identificar las tendencias en cuanto a diseño de productos y modelos de negocio en internet.
- Llevar a cabo acciones online para el lanzamiento exitoso del producto con estrategias de marketing digital.





¿Y, después?

Para qué te prepara

Con el Master en Product Management y Diseño de Producto Digital podrás aprender todos los conceptos a tener cuenta para planear y diseñar productos digitales, dónde te explicaremos cómo diseñarlo y cómo llevarlo a cabo paso por paso, para que nada pueda fallar, aprendiendo de errores comunes de otros negocios y estudiando casos de éxito que nos puedan servir como referencia. Todo ello teniendo en cuenta las últimas tecnologías disponibles.

Salidas Laborales

Las principales salidas profesionales de este Master en Product Management y Diseño de Producto Digital son las de responsable de marketing, experto en diseño de productos, técnico de innovación y desarrollo y consultor en estrategias de transformación digital. En general, todas las posiciones profesionales que tengan relación con el marketing y el product management.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Master de Formación Permanente en Product Management y Diseño de Producto Digital + 60 Créditos ECTS

Módulo 2. **Design thinking**

Módulo 3. **Agile project management**

Módulo 4. **Fundamentos del mindset digital, la nueva filosofía para el desarrollo empresarial**

Módulo 5. **Product designer y user experience (ux)**

Módulo 6. **Digitalización de productos físicos**

Módulo 7. **Marketing digital**

Módulo 8. **Innovación tecnológica y transformación digital**

Módulo 9. **Proyecto fin de master**

PROGRAMA ACADÉMICO

Master de Formación Permanente en Product Management y Diseño de Producto Digital + 60 Créditos ECTS

Módulo 2. Design thinking

Unidad didáctica 1. Creatividad

1. La creatividad y las ideas
2. Elementos de la creatividad
3. Tipos de creatividad y pensamiento
4. Habilidades creativas

Unidad didáctica 2. Gestión de la creatividad

1. Desarrollo de las habilidades creativas
2. Barreras emocionales y cognitivas
3. La interrogación conduce a la creación
4. El uso del azar para crear ideas
5. Herramientas para la generación y combinación de ideas

Unidad didáctica 3. Pensamiento creativo

1. Definición de pensamiento creativo
2. Pensamiento creativo e innovación
3. Principios de la innovación
4. Lateral Thinking

Unidad didáctica 4. Introducción al design thinking

1. Concepto de Design Thinking
2. Historia y evolución del Design Thinking
3. Áreas de aplicación y potenciales beneficios

Unidad didáctica 5. El proceso en design thinking

1. Creatividad y desarrollo de nuevos productos
2. Premisas fundamentales
3. El proceso de innovación

Unidad didáctica 6. Fase de empatía, el descubrimiento

1. Empatía: la fase de descubrimiento
2. Investigación de mercado
3. Investigación de users
4. Gestión de la información
5. Grupos de investigación

Unidad didáctica 7. Definición de objetivos y delimitación del proyecto

1. La fase de definición
2. Desarrollo del proyecto
3. Gestión del proyecto
4. Cierre del proyecto

Unidad didáctica 8. Desarrollo del proyecto, idea y prototipo

1. El proceso de desarrollo
2. Trabajo multidisciplinar
3. Métodos de desarrollo

Unidad didáctica 9.

Testeo y entrega del proyecto

1. El proceso final
2. Testeo final
3. Aprobación y lanzamiento
4. Medición del impacto y feedback

Unidad didáctica 10.

Metodología en design thinking (i)

1. Stakeholders Map
2. Inmersión Cognitiva
3. Interacción constructiva
4. Mapa mental
5. Moodboard
6. Observación encubierta
7. ¿Qué, Cómo y por qué?
8. Entrevistas
9. Scamper
10. Visualización empática
11. World Café
12. Mapa de interacción
13. Personas
14. Mapa de empatía
15. How might we...?
16. Saturar y agrupar
17. Compartir y documentar historias

Unidad didáctica 11.

Metodología en design thinking (ii)

1. Perfil de usuario
2. Card Sorting
3. Maquetas
4. Mapa de ofertas
5. Actividades de reactivación
6. Brainstorming
7. Brainwriting
8. Storytelling
9. Consejo de sabios
10. Impact Mapping
11. Lego® Serious Play®
12. Flor de loto
13. Customer journey map

Unidad didáctica 12.

Metodología design thinking (iii)

1. Dibujo en grupo
2. Evaluación controlada
3. Matriz de motivaciones
4. Role Play
5. Prototipado en bruto
6. Prototipado en imagen
7. Storyboard
8. System Map
9. Casos de Uso
10. Prototipado de la experiencia
11. Prototipado del servicio
12. Póster
13. Prueba de usabilidad

Unidad didáctica 2.

Ciclo de vida del producto digital

1. Características del producto digital
2. Fases del producto digital
3. Product Roadmap y equipo de trabajo
4. Google Design Sprints
5. MPV: Mínimo Producto Viable
6. Escalabilidad
7. Barrera de entrada y costes de cambio (lock-in)
8. Casos de éxito

Unidad didáctica 3.

Estrategia y modelo de negocio

1. Modelos de negocio online
2. Herramientas para definir el modelo de negocio
3. Estrategias de Michael Porter
4. Herramienta Curva de Valor
5. Estrategia Océano Azul
6. Estrategias de crecimiento Ansoff
7. Integración vertical y horizontal
8. Buyer's Journey
9. Growth Hacking: estrategia de crecimiento
10. Funnel o embudos de conversión: corto y largo

Unidad didáctica 4.

Modelo de negocio lineal vs plataformas

1. Modelo lineal
2. Modelo de negocio de plataforma
3. Network Effect o Economía de Red
4. Modelo de negocio free
5. Modelo de negocio freemium
6. Casos de éxito

Unidad didáctica 5.

Estrategias de comercialización del producto digital

1. Estrategia de producto
2. Estrategia de precio: skimming, penetración, bundles y anclaje
3. Estrategia de distribución: principales canales
4. Estrategia de comunicación: Storybrand y Brandscript

Unidad didáctica 6.

Consumidor del producto digital y marketing

1. Customer Centric
2. Segmentación y principales variables
3. Segmentación ABC
4. Customer persona
5. Mapa de empatía
6. Customer Journey Mapping: touchpoints
7. Experiencia del cliente y NPS
8. Outbound Marketing vs Inbound Marketing
9. Marketing Automation: Lead Nurturing y Lead Scoring

Unidad didáctica 7.

Business analytics

1. DAFO: Análisis y estrategias
2. Matriz BCG- Boston Consulting Group
3. OKR: Objetivos y resultados clave
4. TAM, SAM, SOM
5. Métricas para analizar el crecimiento
6. Tipos de motores de crecimiento: de pago, viral y sticky
7. Conversiones: CTR, CRO, Bounce Rate y Exit Rate

Módulo 3.

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 4. Fundamentos del mindset digital, la nueva filosofía para el desarrollo empresarial

Unidad didáctica 1. Introducción al nuevo ecosistema digital

1. Nuevos mercados, canales y hábitos de consumo
2. Competencias digitales y habilidades soft del mindset digital
3. Habilidades para liderar procesos y equipos hacia la transformación digital
4. Creación de estrategias de Marketing Digital

Unidad didáctica 2. Aplicación del mindset a la empresa

1. Funciones del perfil del mindset en la empresa
2. Nueva visión empresarial, bases del mindset digital
3. Aplicación del mindset digital a la reacción de nuevos modelos de negocios

Unidad didáctica 3. Digitalizar la gestión y la organización

1. Factores clave de éxito en un proyecto de transformación digital
2. Procedimientos de trabajo y acelerar la toma de decisiones
3. Digitalizar la mentalidad de la empresa

Unidad didáctica 4.

Introducción al digital product management

1. Del Product Manager Tradicional al Digital Product Manager
2. Canal de venta online: eCommerce y perfil del consumidor actual
3. Emprendimiento y startups
4. Introducción a las nuevas metodologías
5. Desarrollo de la cultura "people centricity" en la empresa y digitalización de procesos
6. Tool box de mejores herramientas para agilizar procesos de transformación digital

Unidad didáctica 5.

Introducción a la inteligencia de negocio

1. Definición de Business Intelligence o Inteligencia de negocio
2. Obtención y análisis de información
3. Utilidad y finalidades de la inteligencia de negocio
4. Toma de decisiones estratégicas

Unidad didáctica 6.

Componentes de la inteligencia de negocio

1. Componentes de la inteligencia de negocio
2. Fuentes de información
3. El proceso de extracción, transformación y limpieza de datos o ETL
4. Herramientas fundamentales para la inteligencia de negocio
5. Herramientas OLAP

Módulo 5.

Product designer y user experience (ux)

Unidad didáctica 1.

Introducción

1. La usabilidad Conceptos clave
2. Atributos
3. Complejidad e importancia de la usabilidad
4. Usabilidad aplicada a un proyecto
5. Mejoras de la usabilidad al producto final
6. Procesos y herramientas

Unidad didáctica 2.

Estrategia de marca (branding-reputación online)

1. ¿Qué es una marca?
2. Branding
3. Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio
4. Técnicas de branding e identidad corporativa
5. Branding en la red: uso de Internet y redes sociales
6. Tendencias
7. La importancia de la reputación online
8. Situación de partida
9. Creación de la reputación online
10. Plan de gestión de crisis
11. Análisis de la reputación online
12. Conclusión

Unidad didáctica 3. Experiencia de usuario -ux

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

Unidad didáctica 4. Customer journey y buyer persona

1. Introducción al customer journey
2. Fases de la experiencia de cliente
3. Propuestas de mejora
4. Herramientas para crear un Customer Journey
5. Tendencias
6. Introducción al Buyer persona
7. Cómo crear tu Buyer Persona
8. Herramientas

Unidad didáctica 5. Entorno mobile

1. Importancia del Mobile Marketing
2. Estrategia Mobile Marketing
3. Social Mobile Marketing
4. Tipos de aplicaciones
5. Mcommerce

Unidad didáctica 6. Diseño centrado en el usuario

1. Orientaciones de diseño web y dispositivos
2. Fundamentos de diseño centrado en el usuario

Unidad didáctica 7. Formas de enfocar la usabilidad

1. Complejidad transdisciplinar
2. Pirámide de prioridades de la usabilidad
3. Proceso general
4. El ciclo diseño-investigación

Unidad didáctica 8. Interfaz de usuario -ui

1. Elementos de la interfaz
2. Diseño basado en las percepciones
3. Fundamentos del diseño de interacción
4. Moodboards
5. Qué es el IxD

Unidad didáctica 9. Implementación y optimización

1. Implementar desde el punto de vista de la usabilidad
2. Conseguir resultados reales
3. Optimización web desde la usabilidad

Unidad didáctica 10. Equipos de usabilidad

1. ¿Qué son?
2. Trabajo multidisciplinar y multitarea
3. Métodos de trabajo del equipo

Unidad didáctica 11. Roles

1. Diversidad de roles y funciones
2. UX Researcher
3. UX Writer
4. UI/UX Prototyping Developer
5. Web Developer
6. Interaction Designer
7. Visual Designer
8. Motion Designer

Módulo 6.

Digitalización de productos físicos

Unidad didáctica 1. Introducción a la digitalización

1. ¿En qué consiste el modelado digital de productos?
2. Métodos de clasificación
3. Principales tecnologías utilizadas para escaneo y digitalización 3D
4. Diferencia entre digitalización y transformación digital

Unidad didáctica 2. Modelos digitales

1. Digitalización
2. Clasificación de los modelos digitales
3. Modelos 3D
4. Proceso de modelado
5. Formato de modelos 3D
6. Mercado de los modelos 3D

Unidad didáctica 3. Geometrías digitales

1. Introducción a la geometría
2. Tipos de geometrías
3. Análisis de formas (geometría digital)
4. Maquetas digitales

Unidad didáctica 4. Digitalización para las empresas

1. Digitalización en las empresas
2. Producción física y digital
3. Pasos a seguir para digitalizar productos de una empresa

Unidad didáctica 5. Productos digitales

1. ¿Qué son los productos digitales?
2. Tipos de productos digitales
3. ¿Qué es el diseño 3D?
4. Gráficos 3D por ordenador

Unidad didáctica 6. Tecnologías de digitalización

1. Escáner 3D
2. Escanear un objeto en 3D
3. Métodos de digitalización 3D
4. Creación de modelos 3D
5. Sistemática de trabajo

Unidad didáctica 7. Digitalización y exportación de productos

1. Introducción al programa
2. Requisitos
3. Instalación
4. Crear un diseño 3D paso a paso
5. Exportar un modelo

Unidad didáctica 8. Renderizado de un modelo digital

1. ¿Qué es el renderizado?
2. Introducción al programa
3. Instalación
4. Importar un modelo
5. Renderizado de un diseño 3D paso a paso
6. Finalización

Módulo 7.

Marketing digital

Unidad didáctica 1. Conceptualización del marketing digital

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

Unidad didáctica 2. Contextualización del social media

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

Unidad didáctica 3. Posicionamiento orgánico: seo

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

Unidad didáctica 4. Sem: performan marketing

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

Unidad didáctica 5. Inbound marketing

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

Unidad didáctica 6. Social crm

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

Unidad didáctica 7. Gestión de la atención al cliente en social media

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

Unidad didáctica 8. Email marketing

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

Unidad didáctica 9. E-commerce

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

Unidad didáctica 10. Copywriting

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

Módulo 8. Innovación tecnológica y transformación digital

Unidad didáctica 1. Innovación tecnológica

1. Conceptualización de la innovación tecnológica
2. Competencias básicas de la innovación tecnológica
3. Competitividad e innovación
4. El proceso de innovación tecnológica

Unidad didáctica 2. Desarrollo de estrategias de innovación

1. Características del entorno ante el cambio tecnológico
2. Definición de estrategia tecnológica
3. Objetivo de una estrategia tecnológica
4. Tipos de estrategias tecnológicas
5. Gestión de la tecnología. Planes tecnológicos

Unidad didáctica 3. Cooperación tecnológica

1. La cooperación tecnológica entre organizaciones
2. Modalidades de cooperación
3. Fusiones, adquisiciones y conglomerados
4. Alianzas estratégicas tecnológicas

Unidad didáctica 4. Vigilancia tecnológica e inteligencia

1. Vigilancia del entorno empresarial
2. Sistemas de vigilancia tecnológica
3. Herramientas básicas para la vigilancia tecnológica
4. Inteligencia competitiva

Unidad didáctica 5.

Proyectos de innovación tecnológica

1. Conceptos básicos de proyectos de innovación
2. Herramientas para la gestión de proyectos
3. Ciclo de vida de un proyecto de innovación
4. Organización del proyecto
5. Dirección del proyecto
6. Evaluación del proyecto

Unidad didáctica 6.

Introducción a 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 7.

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 8.

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 9.

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 10.

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

Módulo 9.

Proyecto fin de master

metodología de aprendizaje

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



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

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

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

Secretaría

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

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.

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.

Webinars

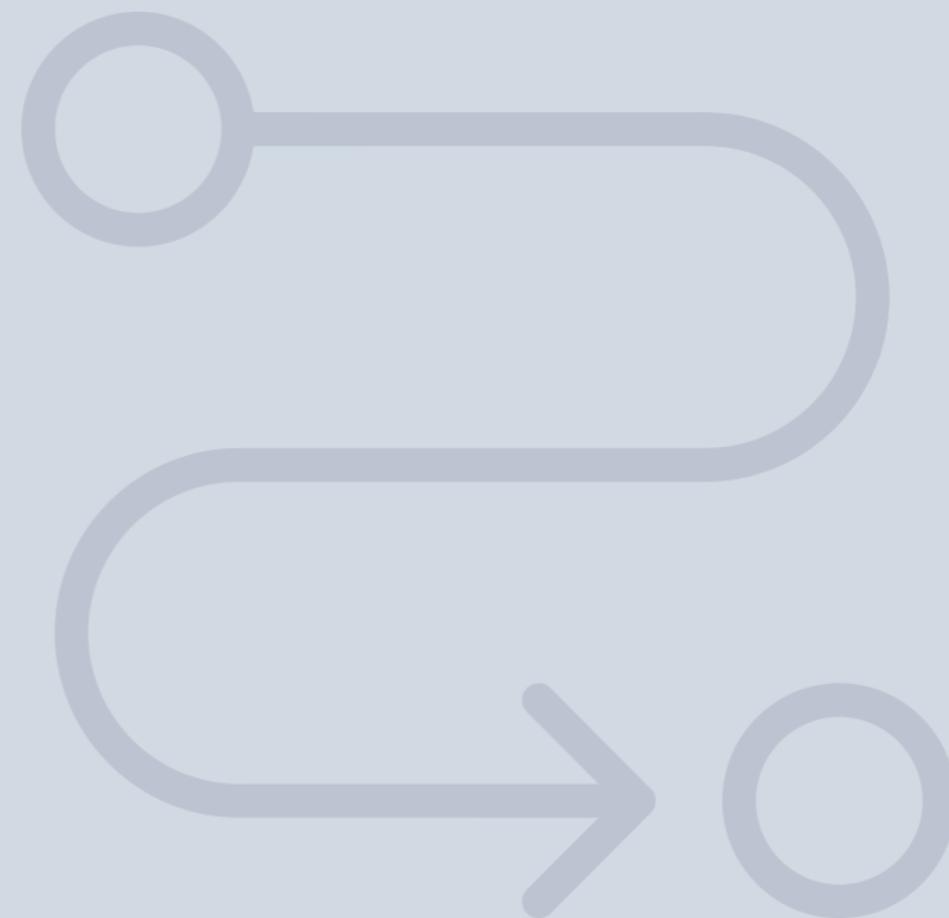
Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

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



Financiación y becas

En INESEM

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

todo ello
100%
sin intereses.

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



20%

Beca desempleo

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

15%

Beca emprende

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

10%

Beca alumnos

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

Masters con Reconocimie nto Universitario

Master de Formación Permanente en Product
Management y Diseño de Producto Digital + 60 Créditos
ECTS

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.