



# Masters Profesionales

Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

# Índice

Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing

1. Sobre Inesem
2. Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing

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

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Porqué elegir Inesem?
6. Orientacion
7. Financiación y Becas

# SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



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

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



## Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

## Titulación Masters Profesionales

- Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."

# Resumen

La transformación digital en el mundo empresarial es un aspecto al que ya todas las empresas se están enfrentando. Ser un especialista en ese proceso para poder desarrollar y ayudar su evolución es un elemento clave. Los datos son el oro de nuestro siglo, muy valiosos, pero de difícil obtención por lo que saber analizarlos e interpretarlos es de suma importancia. El Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing recoge estas dos partes esenciales de la nueva era digital, el negocio online y su análisis. Te convierte en un experto y te prepara para desarrollar desde la idea de negocio hasta las estrategias a utilizar con los clientes. Realizar el master con Inesem Business School hará que tus conocimientos no solo sean teoría sino que se demuestre de manera práctica a partir de casos prácticos y el uso de herramientas en la práctica, ya que contamos con un claustro experto en el sector que te guiará desde el primer momento y resolverá todas tus...

## A quién va dirigido

El Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing va dirigido a todas las personas interesadas que quieran conseguir una especialización en la transformación digital de negocios y en el análisis de la información para la empresa, el análisis web y la analítica del cliente. Así, profesionales y estudiantes de la rama empresarial que quieran acceder a un sector en pleno auge.

# Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Identificar, valorar ideas de negocio y conocer la metodología Lean Startup
- Distinguir los tipos de negocio para adecuarlos al Plan de Negocio Digital
- Estudio del E-Commerce y los aspectos relevantes dentro de este, como el diseño web o las distintas plataformas.
- Conocer el marco legal en el entorno digital
- Introducirse en el Marketing Digital a través de las distintas técnicas, SEO, SEM e Inbound Marketing
- Desarrollar la analítica web y la del cliente.
- Aprender el concepto de Customer Relationship Management (CRM) y su cómo desarrollarlo.





¿Y, después?

### Para qué te prepara

El Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing te prepara para poder desarrollar como profesional la creación de un plan de negocio digital, E-Commerce y las estrategias de marketing adecuadas para el entorno digital. Además, tendrás una preparación especializada en el análisis de datos y la analítica del cliente a través de herramientas como Google Analytics y metodologías como MadTech que impulsarán tu empresa en el entorno digital.

### Salidas Laborales

Con el Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing podrás poner en práctica el asesoramiento a las diversas empresas para la transformación digital como llevar a cabo una idea de negocio desde cero. Además, podrás trabajar como analista de datos, SEO y/o SEM ofreciendo a la empresa la mejor información para poder tomar decisiones de la manera más óptima.

# ¿Por qué elegir INESEM?



# PROGRAMA ACADÉMICO

Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven Marketing

Módulo 1. **Plan de negocio digital**

Módulo 2. **E-commerce**

Módulo 3. **Introducción al marketing de buscadores**

Módulo 4. **Estrategia de inbound marketing**

Módulo 5. **Conceptos previos en big data y business intelligence**

Módulo 6. **Analítica web con google analytics**

Módulo 7. **Customer analytics**

Módulo 8. **Customer relationship management (crm)**

Módulo 9. **Proyecto fin de máster**

### Módulo 1. Plan de negocio digital

#### Unidad didáctica 1. La idea de negocio

---

1. Identificación y valoración de ideas
2. Estrategia y modelo de negocio
3. Definir el Modelo de Negocio: Business Model Canvas
4. Lean Startup y producto mínimo viable
5. Buyer's Journey
6. Growth Hacking: Estrategia de Crecimiento

#### Unidad didáctica 2. Modelo de negocio lineal vs plataforma

---

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 3. Digital business plan

---

1. El plan de negocio online
2. Procedimiento de elaboración
3. La Introducción y Descripción del Plan de Negocio Digital
4. Estudio de mercado: entorno, público objetivo, competencia y canales
5. Descripción del producto o servicio
6. Estructura legal de la empresa
7. Estrategia de marketing: precio, producto, comunicación y distribución
8. Recursos humanos y tecnológicos
9. Análisis económico-financiero

#### Unidad didáctica 4. Diseño de una estrategia digital

---

1. Estrategias de transformación digital: global, por etapas y funciones, spin-off
2. Empresa a los consumidores y clientes: construcción colaborativa de ofertas, comunicación colaborativa sobre la marca, innovación colaborativa, medios sociales...
3. Modelo de Trabajo en un entorno digital
4. Enfoques: Mobile first, Lean startup, Growth hacking

#### Unidad didáctica 5. 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 6. Gestión de la innovación y la tecnología

---

1. Análisis tecnológico
2. El proceso de evaluación de las nuevas tecnologías  
Riesgos, costes y oportunidades
3. Calendario de actividad
4. Implantación de nuevas tecnologías
5. Gestión tecnológica

# Módulo 2.

## E-commerce

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción al comercio online

---

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

### Unidad didáctica 2.

#### Principales plataformas

---

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

### Unidad didáctica 3.

#### Diseño

---

1. 1.Introducción al Diseño Web
2. Accesibilidad
3. Usabilidad
4. Responsive Design
5. Home
6. Categorías
7. Fichas de productos
8. Carrito de Compra y Checkout
9. Principales herramientas

### Unidad didáctica 4.

#### Pasarelas de pago

---

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

### Unidad didáctica 5.

#### Marco legal

---

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

## Módulo 3. Introducción al marketing de buscadores

### Unidad didáctica 1. Introducción al seo

---

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

### Unidad didáctica 2. Introducción al sem

---

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

### Unidad didáctica 3. Content management system

---

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

### Unidad didáctica 4. Google analytics 4

---

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

## Módulo 4. Estrategia de inbound marketing

### Unidad didáctica 1. Introducción al inbound marketing

---

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

### Unidad didáctica 2. Fase de atracción

---

1. Introducción
2. Sistemas de Gestión de Contenidos. CMS
3. Los Blogs. Wordpress
4. Posicionamiento SEO
5. Social Media

### Unidad didáctica 3. Fase de conversión

---

1. Introducción
2. Formularios
3. Call to Action
4. Landing Pages

### Unidad didáctica 4. Fase de cierre

---

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Gestión de relaciones con los clientes. CRM
4. Email marketing

## Unidad didáctica 5.

### Fase de deleite

---

1. Introducción
2. Encuestas
3. Contenido Inteligente
4. Monitorización Social

## Módulo 5.

### Conceptos previos en big data y business intelligence

#### Unidad didáctica 1.

##### Introducción al big data

---

1. ¿Qué es Big Data?
2. La era de las grandes cantidades de información: historia del big data
3. La importancia de almacenar y extraer información
4. Big Data enfocado a los negocios
5. Open data
6. Información pública
7. IoT (Internet of Things-Internet de las cosas)

#### Unidad didáctica 2.

##### Business intelligence y la sociedad de la información

---

1. Definiendo el concepto de Business Intelligence y Sociedad de la Información
2. Arquitectura de una solución Business Intelligence
3. Business Intelligence en los departamentos de la empresa
4. Conceptos de Plan Director, Plan Estratégico y Plan de Operativa Anual
5. Sistemas Operacionales y Procesos ETL en un sistema de BI
6. Ventajas y Factores de Riesgos del Business Intelligence

## Unidad didáctica 3.

### Fases de un proyecto de big data

---

1. Diagnóstico inicial
2. Diseño del proyecto
3. Proceso de implementación
4. Monitorización y control del proyecto
5. Responsable y recursos disponibles
6. Calendarización
7. Alcance y valoración económica del proyecto

## Unidad didáctica 4.

### Principales productos de business intelligence

---

1. Cuadros de Mando Integrales (CMI)
2. Sistemas de Soporte a la Decisión (DSS)
3. Sistemas de Información Ejecutiva (EIS)

# Módulo 6.

## Analítica web con google analytics

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción a google analytics

---

1. Introducción a la analítica web
2. Funcionamiento de Google Analytics
3. Instalación y configuración de Google Analytics
4. Configuración de las vistas mediante filtros

### Unidad didáctica 2.

#### Interface y navegación

---

1. Navegación por Google Analytics
2. Informes de visión general
3. Informes completos
4. Compartir informes
5. Configuración de paneles de control y accesos directos

### Unidad didáctica 3.

#### Informes

---

1. Informes de audiencia
2. Informes de adquisición
3. Informes de comportamiento

### Unidad didáctica 4.

#### Campañas y conversiones

---

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

## Módulo 7. Customer analytics

### Unidad didáctica 1. El conocimiento del cliente

---

1. Tipos de datos y atributos de cliente
2. Extracción de datos

### Unidad didáctica 2. Analítica del cliente

---

1. Técnicas y tipos de análisis
2. Análisis del valor del cliente (Customer Life Time Value)
3. Análisis de retención del cliente (Análisis de Cohortes)
4. Análisis de la experiencia del cliente

### Unidad didáctica 3. Madtech

---

1. Introducción a MadTech
2. Data Management Platform (DMP)
3. Customer Data Platform (CDP)

### Unidad didáctica 4. Análisis y optimización del funnel de conversión

---

1. Medición de la conversión
2. Mejora de la conversión
3. Herramientas CRO y Testing
4. Análisis Cross-Channel Marketing

## Módulo 8. Customer relationship management (crm)

### Unidad didáctica 1. El papel del crm en la empresa

---

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
4. Estructura de la organización del CRM

### Unidad didáctica 2. La estrategia crm

---

1. Definición de estrategia CRM
2. Las fuerzas del cambio
3. Orientación al cliente
4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
5. Elementos de un programa CRM
6. Medición y análisis de resultados

### Unidad didáctica 3. El ecrm

---

1. eCRM como expansión de la estrategia CRM
2. Social CRM
3. Componentes del eCRM
4. Implantación del eCRM

### Unidad didáctica 4. Del crm al cem

---

1. Customer Relationship Management vs. Customer Experience Management
2. La experiencia del cliente vista desde la parte interna de la empresa
3. La innovación en el CEM
4. Procesos colaborativos: Crossuser Crowdsourcing
5. Impacto del CEM en la estrategia empresarial

## Unidad didáctica 5.

### Beneficios de una estrategia crm en la empresa

---

1. Lealtad y fidelidad de los clientes
2. Reducción del coste por adquirir clientes
3. Cross Selling (venta cruzada)
4. Up Selling (ventas añadidas)
5. Mayor eficiencia y productividad comercial
6. Reducción de costes en comunicación
7. Inexistencia de duplicidades (en procesos y datos)
8. Conocimiento del mercado y de nuestro target

## Unidad didáctica 6.

### Beneficios de una estrategia crm para la cliente

---

1. La empresa conoce las necesidades del cliente
2. Aumento en la satisfacción del cliente
3. Trato personalizado con el cliente
4. Cliente único en la base de datos
5. Mejora del servicio prestado al cliente

## Unidad didáctica 7.

### Áreas principales del crm

---

1. Servicio al cliente
2. La estructura del Call Center
3. Tipos de Call Center
4. La función del CRM para el Call Center
5. El sistema de automatización de ventas

# Módulo 9.

## Proyecto fin de máster

# metodología de aprendizaje

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



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

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

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

## Secretaría

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

## Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

## Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

## Webinars

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

## Comunidad

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



Revista Digital

Secretaría

Campus Virtual

Webinars

Comunidad

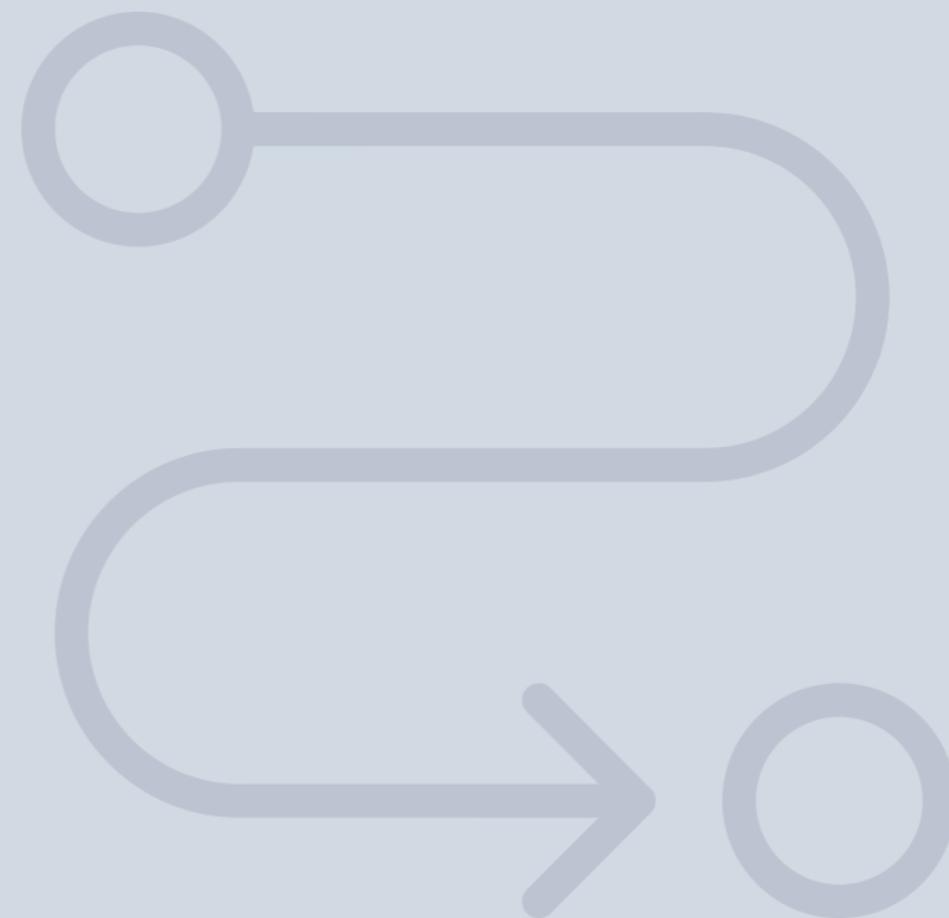
5

5 pilares del método



## SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

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



# Financiación y becas

En INESEM

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

todo ello  
**100%**  
sin intereses.

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



**20%**

**Beca desempleo**

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

**15%**

**Beca emprende**

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

**10%**

**Beca alumnos**

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

# Masters Profesionales

Master en Gestión del Negocio Digital y Data Driven  
Marketing

*Impulsamos tu carrera profesional*



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

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



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

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.