



# Curso

Executive Master en Business Analytics



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

# Índice

Executive Master en Business Analytics

## 1. Sobre INESEM

## 2. Executive Master en Business Analytics

[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.***



## Executive Master en Business Analytics



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

## Titulación Curso

- 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

Para que las empresas y las estrategias digitales puedan tomar un buen rumbo, se necesitan expertos en el análisis de datos que puedan extraer, gestionar y analizar información relevante y esclarecedora. Es por esto que el análisis de datos es un activo muy atractivo en el mercado laboral. Nosotros hemos diseñado el Máster en Business Analytics para dar respuesta a esta necesidad formativa. Se trata de un programa educativo que abarca todo el tratamiento de datos desde su extracción, almacenamiento, visualización e interpretación. Así pues, proporciona formación valiosa y actual sobre el Big Data, la minería de datos, el uso de Python y R para analizar datos, etc. A su vez, te capacita para sacarle partido a Google Analytics 4 y otras herramientas de visualización de datos.

## A quién va dirigido

Este Executive Master en Sales Management está destinado a perfiles laborales que quieran especializarse en las ventas, el marketing, el comercio y el liderazgo de equipos. Es por ello que los pequeños emprendedores y los graduados de carreras como ADE, Economía, Marketing, Publicidad, Comercio o Finanzas pueden beneficiarse de este programa formativo integral.

# Objetivos

Con el Curso **Executive Master en Business Analytics** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Explotar las funcionalidades de Google Analytics 4 y Google Tag Manager para analizar datos y KPI.
- Poder aplicar tácticas y estrategias de analítica como mapas de calor, testeos A/B y grabar sesiones de usuario.
- Conocer las funcionalidades de analítica de redes sociales como Twitter, LinkedIn o Instagram y dominarlas.
- Manejar el almacenamiento y gestión de datos y su análisis con lenguajes de programación como R o Python.





¿Y, después?

### Para qué te prepara

Con este Executive Master en Business Analytics podrás manejar la ciencia de datos para extraer datos relevantes, procesarlos e interpretarlos. En este programa formativo te enseñaremos a gestionar bases de datos con SQL y a analizar datos con Python. También aprenderás analítica aplicada a cada red social. Además, podrás aprovechar herramientas de visualización de datos como Google Data Studio, Tableau y Qlikview.

### Salidas Laborales

Este Executive Master en Business Analytics está destinado a dos tipos de profesionales: programadores y expertos en marketing digital que quieran especializarse en la analítica web. Los programadores pueden desarrollar el lado más técnico, mientras que los expertos en marketing pueden dedicarse más al análisis e interpretación de datos.

# ¿Por qué elegir INESEM?



Módulo 1. **Business agility**

Módulo 2. **Transformación digital**

Módulo 3. **Big data & business intelligence fundamentals**

Módulo 4. **Data science: almacenamiento, análisis y procesamiento de datos**

Módulo 5. **Análisis de datos con python**

Módulo 6. **Visualización de datos**

Módulo 7. **E-commerce**

Módulo 8. **Social media management**

Módulo 9. **Analítica web**

Módulo 10. **Proyecto fin de máster**

### Módulo 1. Business agility

#### Unidad didáctica 1. Business agility

---

1. Conceptos clave de Business Agility.
2. Valores, Principios y Dimensiones.
3. EL Poder de los Equipos.
4. La entrega de valor al cliente y la mejora continua.

#### Unidad didáctica 2. Visión compartida, foco y propósito

---

1. Visión compartida y claridad de propósito en los equipos.
2. El Camino de la Organización Ágil
3. Las Necesidades de los clientes, Stakeholders, Negocio y Mercados Emergentes.

#### Unidad didáctica 3. Nuevas perspectivas de pensamiento

---

1. Mindset orientado al crecimiento
2. Puntos ciegos, Modelos Mentales y Patrones
3. La relación entre complejidad y Business Agility
4. Identificando y gestionando Dilemas, Paradojas y Polaridades

#### Unidad didáctica 4. Nuevos comportamientos y diferencias

---

1. Preguntar vs Contar: las preguntas poderosas
2. Haciendo visible el valor
3. Experimentando y validando hipótesis
4. Dinámicas complejas de cambio, polaridades, problemas sistémicos y amenazas disruptivas

#### Unidad didáctica 5. Frameworks, herramientas y técnicas

---

1. Lean Systems Thinking
2. Lean Startup
3. Design Thinking
4. Kanban
5. El ciclo iterativo e incremental

#### Unidad didáctica 6. Business agility como el nuevo estándar

---

1. Creando espacios optimizados para la creación de valor y el compromiso de los equipos
2. Planes de Acción y herramientas para acelerar la agilidad empresarial
3. Business Agility as a Journey: mejora y reinención continua
4. Las métricas que “realmente importan”

# Módulo 2.

## Transformación digital

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción al la transformación digital

---

1. Introducción a la transformación digital
2. Concepto de innovación
3. Concepto de tecnología
4. Tipología de la tecnología
5. Punto de vista de la ventaja competitiva
6. Según su disposición en la empresa
7. Desde el punto de vista de un proyecto
8. Otros tipos de tecnología
9. La innovación tecnológica
10. Competencias básicas de la innovación tecnológica
11. El proceso de innovación tecnológica
12. Herramientas para innovar
13. Competitividad e innovación

### Unidad didáctica 2.

#### La sociedad 30

---

1. Filosofía Web 3.0 y su impacto en el mundo empresarial
2. Socialización de la Web
3. Adaptación del mundo empresarial a las Nuevas tecnologías

### Unidad didáctica 3.

#### Nuevo ecosistema digital

---

1. Community Manager
2. Chief Data Officer
3. Data Protection Officer
4. Data Scientist
5. Otros perfiles
6. Desarrollo de competencias informáticas
7. El Papel del CEO como líder en la transformación

### Unidad didáctica 4.

#### Nuevos modelos de negocio en el entorno digital

---

1. La transición digital del modelo de negocio tradicional
2. Nuevos modelos de negocio
3. Freemium
4. Modelo Long Tail
5. Modelo Nube y SaaS
6. Modelo Suscripción
7. Dropshipping
8. Afiliación
9. Infoproductos y E-Learning
10. Otros

### Unidad didáctica 5.

#### Plan de transformación digital

---

1. Diagnóstico de la madurez digital de la empresa
2. Análisis de la innovación en la empresa
3. Elaboración del roadmap
4. Provisión de financiación y recursos tecnológicos
5. Implementación del plan de transformación digital
6. Seguimiento del plan de transformación digital

### Unidad didáctica 6.

#### Casos de éxito en la transformación digital

---

1. BBVA y la empresa inteligente
2. DKV Salud y #MédicosfrentealCOVID
3. El Corte Inglés
4. Cepsa y su apuesta por los servicios cloud de AWS

### Unidad didáctica 7.

#### 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 8.

### 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 9.

### La innovación en los procesos organizativos

---

1. La transformación digital de la cadena de valor
2. La industria 4.0
3. Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
4. Modelos de proceso de innovación
5. Gestión de innovación
6. Sistema de innovación
7. Como reinventar las empresas innovando en procesos
8. Innovación en Procesos a través de las TIC
9. El Comercio Electrónico: innovar en los canales de distribución
10. Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
11. Caso Helvex: el cambio continuo
12. La automatización de las empresas: RPA, RBA y RDA

# Módulo 3.

## Big data & business intelligence fundamentals

### Unidad didáctica 1.

#### La revolución de los datos masivos: big data y thick data

---

1. ¿Qué es Big Data?
2. ¿Y Thick Data? ¿Cuál es el matiz para diferenciar ambos términos?
3. El gran auge del big data
4. La importancia de almacenar y extraer información
5. ¿Cuál es el papel de las fuentes de datos?
6. Soluciones novedosas gracias a la selección de datos
7. Naturaleza de las fuentes de datos Big Data

### Unidad didáctica 2.

#### Toma de decisiones inteligentes

---

1. Thick Data, el valor de lo cualitativo. Entender emociones humanas, intenciones y sentimientos
2. Fases en un proyecto de Big Data
3. Big Data enfocado a los negocios
4. Apoyo del Big Data en el proceso de toma de decisiones
5. Toma de decisiones operativas

### Unidad didáctica 3.

#### Cómo hacer crecer un negocio a través del big data y sus aplicaciones

---

1. Marketing estratégico y Big Data
2. Open data
3. Ejemplo de uso de Open Data
4. IoT (Internet of Things-Internet de las cosas)

### Unidad didáctica 4.

#### Big data en diferentes sectores

---

1. Relación entre inteligencia artificial y big data
2. IA y Big Data combinados
3. El papel del Big Data en IA
4. Big Data en salud
5. Necesidad de Big Data en la asistencia sanitaria
6. Retos del big data en salud
7. Big Data y People Analytics en RRHH

### Unidad didáctica 5.

#### 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 6.

#### 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)

### Unidad didáctica 7.

#### Minería de datos o data mining y el aprendizaje automático

---

1. Introducción a la minería de datos y el aprendizaje automático
2. Proceso KDD
3. Modelos y Técnicas de Data Mining
4. Áreas de aplicación
5. Minería de Textos y Web Mining
6. Data mining y marketing

### Unidad didáctica 8.

#### Datamart: concepto de base de datos departamental

---

1. Aproximación al concepto de DataMart
2. Bases de datos OLTP
3. Bases de Datos OLAP
4. MOLAP, ROLAP & HOLAP
5. Herramientas para el desarrollo de cubos OLAP

### Unidad didáctica 9.

#### Datawarehouse o almacén de datos corporativos

---

1. Visión General: ¿Por qué DataWarehouse?
2. Estructura y Construcción
3. Fases de implantación
4. Características
5. Data Warehouse en la nube

### Unidad didáctica 10.

#### Internet de las cosas

---

1. Contexto Internet de las Cosas (IoT)
2. ¿Qué es IoT?
3. Elementos que componen el ecosistema IoT
4. Arquitectura IoT
5. Dispositivos y elementos empleados
6. Ejemplos de uso
7. Retos y líneas de trabajo futuras

### Unidad didáctica 11.

#### Storytelling

---

1. ¿Qué es el Data Storytelling?
2. Elementos clave del Data Storytelling
3. ¿Por qué es importante el Data Storytelling?
4. ¿Cómo hacer Data Storytelling?

## Unidad didáctica 12.

### Ecosistema hadoop

---

1. ¿Qué es Hadoop? Relación con Big Data
2. Instalación y configuración de infraestructura y ecosistema Hadoop
3. Sistema de archivos HDFS
4. MapReduce con Hadoop
5. Apache Hive
6. Apache Hue
7. Apache Spark

## Módulo 4.

### Data science: almacenamiento, análisis y procesamiento de datos

#### Unidad didáctica 1.

##### Introducción a la ciencia de datos

---

1. ¿Qué es la ciencia de datos?
2. Herramientas necesarias para el científico de datos
3. Data Science & Cloud Computing
4. Aspectos legales en Protección de Datos

#### Unidad didáctica 2.

##### Bases de datos relacionales

---

1. Introducción
2. El modelo relacional
3. Lenguaje de consulta SQL
4. MySQL Una base de datos relacional

#### Unidad didáctica 3.

##### Bases de datos nosql y el almacenamiento escalable

---

1. ¿Qué es una base de datos NoSQL?
2. Bases de datos Relaciones Vs Bases de datos NoSQL
3. Tipo de Bases de datos NoSQL Teorema de CAP
4. Sistemas de Bases de datos NoSQL

## Unidad didáctica 4.

### Introducción a un sistema de bases de datos nosql: mongodb

---

1. ¿Qué es MongoDB?
2. Funcionamiento y uso de MongoDB
3. Primeros pasos con MongoDB: Instalación y shell de comandos
4. Creando nuestra primera Base de Datos NoSQL: Modelo e Inserción de Datos
5. Actualización de datos en MongoDB: Sentencias set y update
6. Trabajando con índices en MongoDB para optimización de datos
7. Consulta de datos en MongoDB

## Unidad didáctica 5.

### Weka y data mining

---

1. ¿Qué es Weka?
2. Técnicas de Data Mining en Weka
3. Interfaces de Weka
4. Selección de atributos

## Unidad didáctica 6.

### Pentaho

---

1. Una aproximación a PENTAHO
2. Soluciones que ofrece PENTAHO
3. MongoDB & PENTAHO
4. Hadoop & PENTAHO
5. Weka & PENTAHO

## Unidad didáctica 7.

### R como herramienta para big data

---

1. Introducción a R
2. ¿Qué necesitas?
3. Tipos de datos
4. Estadística Descriptiva y Predictiva con R
5. Integración de R en Hadoop

## Unidad didáctica 8.

### Pre-procesamiento & procesamiento de datos

---

1. Obtención y limpieza de los datos (ETL)
2. Inferencia estadística
3. Modelos de regresión
4. Pruebas de hipótesis

## Unidad didáctica 9.

### Análisis de los datos

---

1. Inteligencia Analítica de negocios
2. La teoría de grafos y el análisis de redes sociales
3. Presentación de resultados

# Módulo 5.

## Análisis de datos con python

Unidad didáctica 1.  
Introducción al análisis de datos

---

Unidad didáctica 2.  
Librerías para el análisis de datos: numpy,  
pandas y matplotlib

---

Unidad didáctica 3.  
Filtrado y extracción de datos

---

Unidad didáctica 4.  
Pivot tables

---

Unidad didáctica 5.  
Groupby y funciones de agregación

---

Unidad didáctica 6.  
Fusión de dataframes

---

Unidad didáctica 7.  
Visualización de datos con matplotlib y con  
seaborn

---

Unidad didáctica 8.  
Introducción al machine learning

---

Unidad didáctica 9.  
Regresión lineal y regresión logística

---

Unidad didáctica 10.  
Árbol de decisiones

---

Unidad didáctica 11.  
Naive bayes

---

Unidad didáctica 12.  
Support vector machines (svm)

---

Unidad didáctica 13.  
Knn

---

Unidad didáctica 14.  
Principal component analysis (pca)

---

Unidad didáctica 15.  
Random forest

---

# Módulo 6.

## Visualización de datos

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción a la visualización de datos

---

1. ¿Qué es la visualización de datos?
2. Importancia y herramientas de la visualización de datos
3. Visualización de datos: Principios básicos

### Unidad didáctica 2.

#### Tableau

---

1. ¿Qué es Tableau? Usos y aplicaciones
2. Tableau Server: Arquitectura y Componentes
3. Instalación Tableau
4. Espacio de trabajo y navegación
5. Conexiones de datos en Tableau
6. Tipos de filtros en Tableau
7. Ordenación de datos, grupos, jerarquías y conjuntos
8. Tablas y gráficos en Tableau

### Unidad didáctica 3.

#### D3 (data driven documents)

---

1. Fundamentos D3
2. Instalación D3
3. Funcionamiento D3
4. SVG
5. Tipos de datos en D3
6. Diagrama de barras con D3
7. Diagrama de dispersión con D3

### Unidad didáctica 4.

#### Looker studio (google data studio)

---

1. Visualización de datos
2. Tipologías de gráficos
3. Fuentes de datos
4. Creación de informes

### Unidad didáctica 5.

#### Qlikview

---

1. Instalación y arquitectura
2. Carga de datos
3. Informes
4. Transformación y modelo de datos
5. Análisis de datos

### Unidad didáctica 6.

#### Power bi

---

1. Introducción a Power BI
2. Instalación de Power BI
3. Modelado de datos
4. Visualización de datos
5. Dashboards
6. Uso compartido de datos

### Unidad didáctica 7.

#### Carto

---

1. CartoDB
2. ¿Qué es CARTO?
3. Carga y uso de datos. Tipos de análisis
4. Programación de un visor con la librería CARTO.js
5. Uso de ejemplos y ayudas de la documentación de la API

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción al comercio electrónico

---

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

### Unidad didáctica 2.

#### Principales plataformas

---

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

### Unidad didáctica 3.

#### Diseño

---

1. Introducción al Diseño Web
2. Accesibilidad
3. Usabilidad
4. Responsive Design
5. Home
6. Categorías
7. Fichas de Producto
8. Carrito de la compra y checkout
9. Principales herramientas

### Unidad didáctica 4.

#### Pasarelas de pago

---

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

### Unidad didáctica 5.

#### Marco legal

---

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

# Módulo 8.

## Social media management

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción y contextualización del social media

---

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

### Unidad didáctica 2.

#### Gestión de facebook

---

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

### Unidad didáctica 3.

#### Gestión de instagram

---

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

### Unidad didáctica 4.

#### Gestión de twitter

---

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

### Unidad didáctica 5.

#### Gestión de linkedin

---

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

### Unidad didáctica 6.

#### Gestión de youtube

---

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

## Unidad didáctica 7.

### Gestión de twitch

---

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

## Unidad didáctica 8.

### Gestión de tiktok

---

1. ¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2. Creación de contenido en TikTok
3. Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
4. El papel del marketing en Tiktok
5. Tiktok e influencers
6. Tiktok Ads

## Unidad didáctica 9.

### Publicidad social media- facebook ads

---

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Power Editor
10. Pixel de Facebook

## Unidad didáctica 10.

### Publicidad social media- instagram ads

---

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

## Unidad didáctica 11.

### Publicidad social media- twitter ads

---

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. Twitter Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

## Unidad didáctica 12.

### Publicidad social media- linkedin ads

---

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

## Unidad didáctica 13.

### Publicidad social media- publicidad en youtube

---

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

## Unidad didáctica 14.

### Publicidad social media- tiktok ads

---

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

# Módulo 9.

## Analítica web

### Unidad didáctica 1.

#### Analítica web y seo

---

1. Introducción al SEO
2. Historia de los motores de búsqueda
3. Componentes de un motor de búsqueda
4. Organización de resultados en un motor de búsqueda
5. La importancia del contenido
6. El concepto de autoridad en Internet
7. Campaña SEO

### Unidad didáctica 2.

#### Analítica web y sem

---

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos en SEM
3. Sistema de pujas y Calidad del anuncio
4. Creación de una campaña
5. Creación de anuncios con calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

### Unidad didáctica 3.

#### Introducción al análisis y métrica web

---

1. Conceptos básicos
2. Métricas
3. Visitas
4. Visitantes
5. Páginas
6. Promedio de tiempo en una página web
7. Promedio de tiempo en un sitio web
8. Tasa de rebote
9. Tasa de salida
10. Tasa de conversión

### Unidad didáctica 4.

#### Optimización de sitios web

---

1. Usabilidad
2. Mapas de calor
3. Grabaciones de sesiones de usuario
4. Ordenación de tarjetas
5. Test A/B
6. Test multivariante
7. KPI, indicadores clave de rendimiento
8. Cambios a realizar para optimizar una página web
9. UNIDAQD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO, SEO
10. Importancia del SEO
11. Funcionamiento de los buscadores
12. Google: algoritmos y actualizaciones
13. Cómo salir de una penalización en Google
14. Estrategia SEO

### Unidad didáctica 6.

#### Herramientas de analítica web

---

1. Listado de herramientas
2. Herramientas de analítica web
3. Herramientas de análisis de logs
4. Herramientas de medición mediante tags
5. Herramientas para medir el rendimiento de nuestro sitio web
6. Herramientas para recoger información de diseño o usabilidad web
7. Herramientas que analizan nuestra actividad en redes sociales
8. Herramientas de inteligencia competitiva

## Unidad didáctica 7.

### Google analytics

---

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Como funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?
8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos
11. Eventos
12. Porcentaje de abandono
13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics
  
20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

## Unidad didáctica 8.

### Funciones básicas de google analytics

---

1. Introducción a las funciones de Analytics
2. Nociones básicas de Google Analytics
3. Añadir anotaciones en gráficos
4. Comparación de periodos
5. Exportar Informes
6. Añadir métricas a un gráfico
7. Crear, editar y eliminar segmentos
8. Crear un nuevo panel
9. Añadir un Widget al Panel
10. Tiempo real
11. Tipos de informes de Google Analytics: diagramas animados, gráfico por hora, día, semana, mes, etc?
12. Configuración del envío automático de informes
13. Audiencia
14. Enlazar cuenta de Google AdWords con Google Analytics
15. AdWords

## Unidad didáctica 9.

### Informes

---

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

## Unidad didáctica 10.

### Google analytics 4

---

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

## Unidad didáctica 11.

### Analítica web y métricas en redes sociales

---

1. Análisis del tráfico en redes sociales
2. Fijar objetivos en redes sociales
3. Facebook
4. Twitter
5. Youtube
6. Instagram
7. LinkedIn
8. Blogs
9. Reputación online

## Unidad didáctica 12.

### Mobile analytics y mejora del diseño

---

1. ¿Qué es Mobile Analytics?
2. Métricas
3. Google analytics para analítica móvil
4. Otras herramientas de analítica móvil

## Unidad didáctica 13.

### Introducción a adobe analytics

---

1. ¿Qué es Adobe Analytics?
2. ¿Qué podemos hacer con Adobe Analytics?
3. Principales diferencias respecto a Google Analytics
4. Conceptos Clave
5. Implementación de Adobe Analytics

Módulo 10.  
**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.

Revista Digital

Secretaría

5

pilares del método

Webinars

Campus Virtual

Comunidad

## 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.

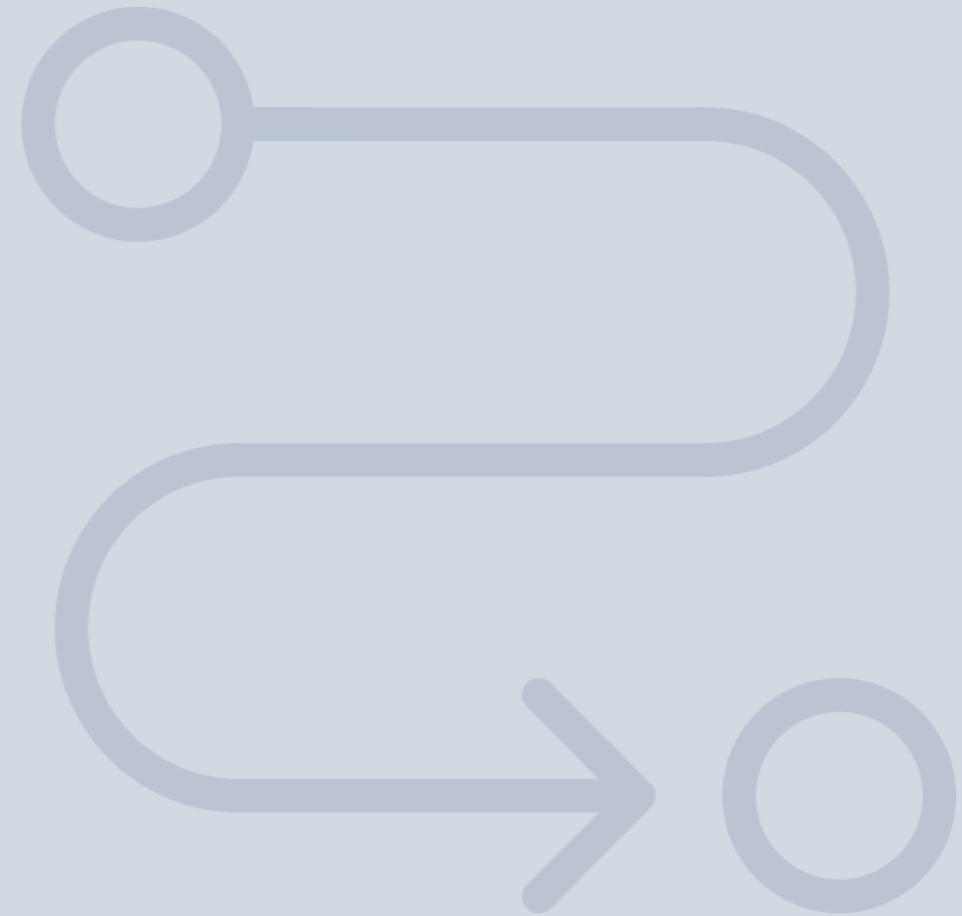
## Webinars

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.

# Curso

Executive Master en Business Analytics

*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.