

DIGITAL

Institute of Business & Technology | EUDE



EUDE

Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics

ONLINE

eudedigital.com

Más de 20 años formando a los mejores líderes del mañana

Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics

Una amplia propuesta académica especializada en todos los verticales del ámbito digital, impartida tanto en modalidad presencial como online, contextualizada en un entorno de aprendizaje eminentemente práctico, multidisciplinar y fuerte orientación hacia el negocio, favoreciendo la certificación del alumno en las principales soluciones tecnológicas e impulsando su empleabilidad en el sector empresarial a través de una potente bolsa de empleo propia.

06/ Compromiso EUDE

Nuestros pilares: Futuro, confianza, experiencia, empleabilidad, liderazgo y credibilidad

08/ Datos Clave del Programa

del Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics

10/ Ventajas del Ecosistema EUDE

Accede a los mejores seminarios, las certificaciones tecnológicas más punteras y a jornadas de networking con los mejores profesionales

14/ Programa

del Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics

36/ Programas expertos e Idiomas

Formación incluida con tu Programa

40/ Claustro

De EUDE Digital

¿Qué es Digital EUDE?

En Digital EUDE queremos acercar a nuestros alumnos la realidad del mercado digital empresarial. Por ello contamos con un claustro de profesores constituido por docentes de contrastadas trayectorias profesionales en las empresas nacionales y multinacionales más punteras en el ámbito online. Además nuestros alumnos dispondrán de herramientas que acrediten nuestro material y que aportará certificados reconocidos y que permitan ampliar la titulación obtenida.



España, 10º país de la UE en grado de digitalización (DESI), creará 1,25 millones de empleos entre 2019 y 2021 en el sector digital.



Los puestos digitales más demandados serán: Digital Marketing Manager, Digital Account Manager, Social Media Manager, Consultor SEO/SEM, Content Manager y Analista Web.

Pilares de Digital EUDE

Amplia oferta académica especializada en el ámbito digital y tecnológico con orientación al negocio y énfasis en el emprendimiento.

Conexión profesional, a través de una **bolsa de empleo** propia, **talleres** en grandes empresas y **seminarios** con profesionales.

Acceso a **certificaciones** habilitantes para las plataformas líderes **internacionales**, como Google o Facebook.

Compromiso
Digital EUDE

¿Qué es el Compromiso Digital EUDE?



EXPERIENCIA

1/ Con más de 25 años de evolución académica que ha formado a más de 100 mil alumnos de muchas nacionalidades. Profesionales con experiencia laboral, emprendedores, disruptores, innovadores y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

CONFIANZA

2/ DIGITAL EUDE está reconocida como una de las más destacadas escuelas a nivel internacional por medios tan prestigiosos como Financial Times y los principales rankings internacionales. Estos avalan y posicionan a EUDE en los primeros puestos en formación de posgrado.

LIDERAZGO

3/ Por 5º año consecutivo reconocida por el Ranking FSO como una de las 10 mejores Business School. Más de 5.000 alumnos al año procedentes de más de 30 países nos confían su carrera profesional.

EMPLEABILIDAD

4/ Nuestro equipo de Orientación Profesional te ayudará a impulsar tu carrera profesional. Contamos con más de 1.200 convenios con empresas nacionales e internacionales en las que podrás desarrollarte día a día.

Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics

Datos Clave



ONLINE

Comienzo del Máster. Cada 15 días



1.125 h. 45 créditos ECTS Horario indistinto



Acceso al PDDI (15 días en Madrid)

OPCIONAL

Contenido online – Campus Virtual



Especialidades: Elige complementar tu Máster con más de 25 especialidades.



7 idiomas: (Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés).



Acceso a Graduación

OPCIONAL



Ventajas de nuestro Máster

01. A quién va dirigido

El Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics e va dirigido a estudiantes, emprendedores y directivos que pretendan transformar la cultura empresarial hacia un modelo de gestión y optimización basado en entornos digitales, implantando una cultura organizacional 3.0, conociendo las metodologías y tecnologías más innovadoras del momento que ayudarán a orientar a sus negocios hacia un proceso de digitalización que logre entender mejor a su cliente, mejore los procesos de creación y producción a través de la automatización, así como de relación con cliente y empleado.

02. Puntos Diferenciales

Un programa formativo que te brinda el conocimiento y habilidades necesarias para realizar el proceso de digitalización de tu negocio, afrontando el reto de la transformación digital de tu organización.

03. Salidas Profesionales

Consultoría Digital, Dirección de Marketing Digital, Gerencia, Dirección General, Dirección de Recursos Humanos.

Eventos Digitales

Acceso a Seminarios, charlas y mesas redondas con las empresas más punteras del sector.



Global Alumni

Más de 5.000 alumnos al año, de 60 nacionalidades diferentes, lideran empresas internacionales.



Certificaciones

Con tu máster podrás certificarte en las plataformas líderes en el sector digital y así ampliar tus habilidades.



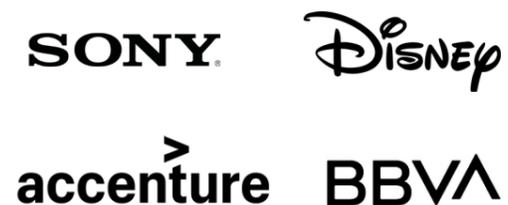
Business Day

Jornadas en empresas del sector dónde podrás conocer de primera mano cómo gestionan su éxito compañías nacionales e internacionales.



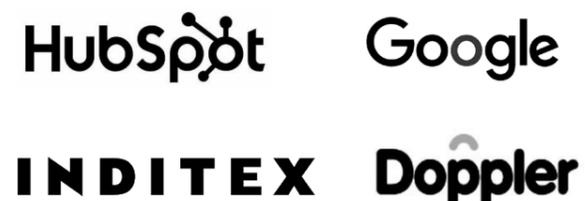
Bolsa de Empleo

Tendrás a tu alcance más de 1.200 convenios gracias a nuestra bolsa de empleo. Aprende y desarróllate en las mejores empresas del sector digital.



Experiencias

Posibilidad de viajar y compartir con compañeros, conocer otra cultura y ver de cerca cómo funcionan y a qué deben su éxito empresas de primer nivel.



Máster en Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics

ONLINE

ÁREAS

- 01 / DigitalBusiness
- 02 / Cultura del dato en la empresa
- 03 / Medición y control
- 04 / Ciberseguridad y privacidad en la red

1/ Ecosistema Digital

Objetivo:

Adentrarse en el nuevo entorno digital y conocer en profundidad los cambios que ha originado en nuestra sociedad. Estar al tanto de las nuevas formas de comunicación que este entorno conectado ha propiciado con nuestros clientes y de éstos con las empresas. Descubrir qué implicación tiene el marketing digital en los diferentes ámbitos de una organización y cómo puede ayudar éste a mejorar la eficacia y eficiencia de sus acciones.

Contenido: ¿Entiendes la importancia del Marketing Digital?

- El La nueva era digital
- Marketing Tradicional vs. Marketing Digital
- Comunicación bidireccional
- Nuevas tendencias digitales

2/ Estrategias y Proyectos Digitales

Objetivo:

Desarrollar proyectos de comunicación y publicidad basados en estrategias digitales para conectar con nuestros clientes de manera exitosa. Conocer las nuevas fórmulas de marketing en entornos digitales.

Contenido: ¿Sabrías desarrollar una Estrategia Digital exitosa?

- Las claves del nuevo Marketing
- El nuevo papel del consumidor
- Integración del Marketing Digital en la estrategia general
- Marketing Estratégico en Internet





3/ Transformación Digital

Objetivo:

Comprender la importancia de la transformación digital para las empresas actuales, identificar los momentos de contacto con clientes, desarrollar estrategias y tácticas para conseguir una verdadera transformación, centrar estos cambios en el personal de la compañía, y saber aplicar correctamente la tecnología en los procesos.

Contenido: ¿Estás dispuesto a transformar digitalmente tu negocio?

- El papel de las personas
- La tecnología, un medio útil para la transformación
- Identifica el nuevo Customer Journey Map de tus clientes

4/ CX: Experiencia Cliente

Objetivo:

Analizar la usabilidad, trabajar una correcta arquitectura y diseño web, en busca de mejores resultados en cuanto a la experiencia de usuario.

Contenido: ¿Es positiva la experiencia de navegación de tus visitas web?

- UX/UI
- Prototipado
- CardSorting
- Tree Test
- Arquitectura de la información
- Focus Group y Test Usuarios

5/ Plan de Marketing Digital

Objetivo:

Diseñar paso a paso un Plan de Marketing Digital y lograr alinearlo con el Plan de Marketing General de la compañía. Combinar todas las herramientas y acciones que nos hagan alcanzar los objetivos empresariales.

Contenido: ¿Has integrado tu Plan de Marketing Digital con tu Plan Estratégico de Empresa?

- El Plan de Marketing Digital
- Análisis de la Competencia
- Plan de Comunicación 360
- Objetivos y Estrategia del Plan de Marketing Digital

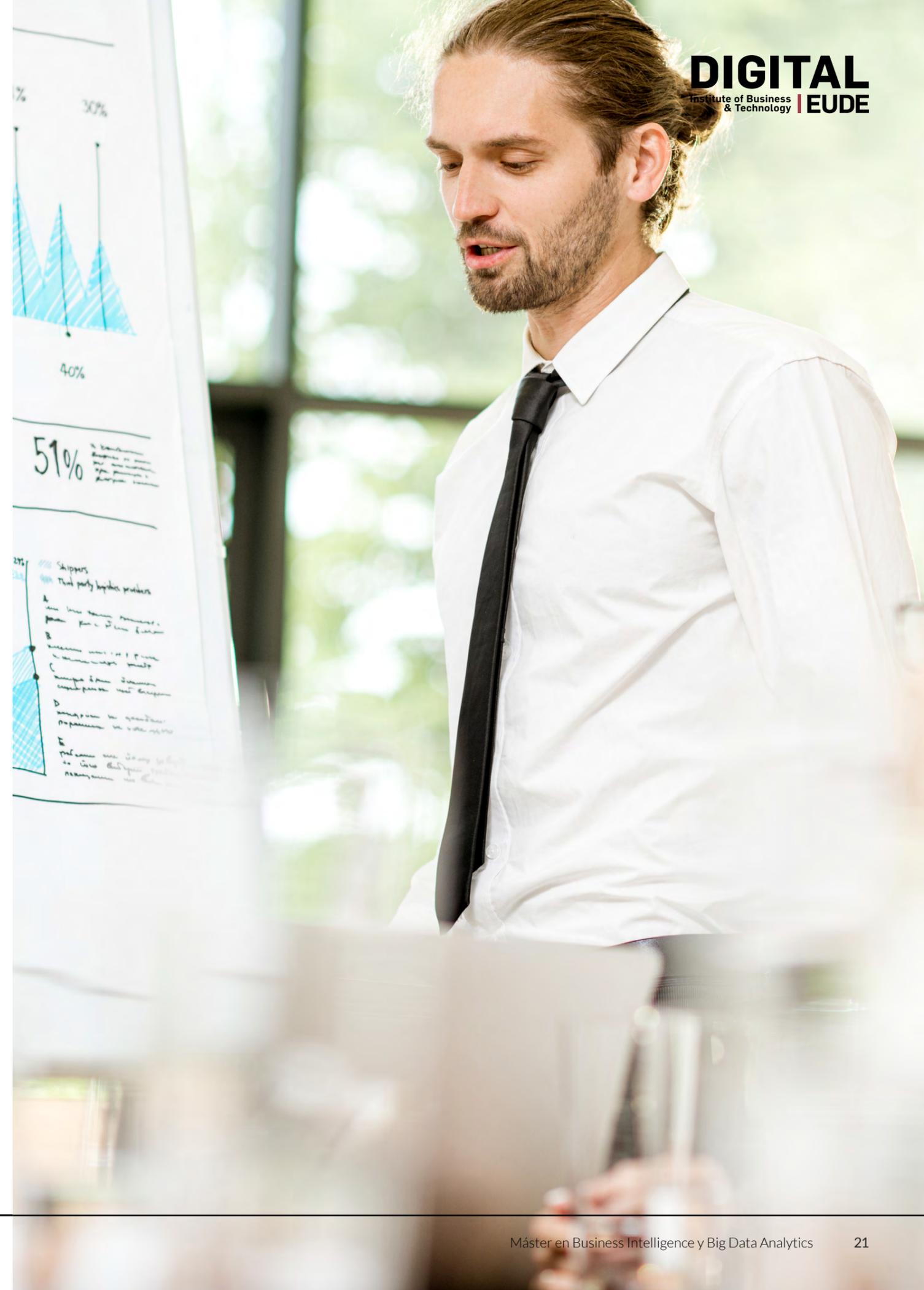
6/ Legislación, Seguridad y Privacidad en las redes

Objetivo:

Mostrar la importancia de la seguridad digital como uno de los principales retos a los que se enfrenta la digitalización. Proteger nuestro negocio online frente a la vulnerabilidad a la que pueden exponerse los datos de nuestros clientes y los nuestros propios.

Contenido: ¿Están tus datos protegidos y seguros frente ataques?

- Seguridad de la Información
- La información, como activo fundamental que hay que proteger y tratar adecuadamente, adaptado a un entorno digital.
- Ciberamenazas y riesgos a la información.
- Formas de protección.





7/ Business Intelligence: Big Data

Objetivo:

Aprender los procesos de recogida, distribución, análisis y monitorización de la información de usuarios y clientes. Valorar la toma de decisiones en base a la data recogida que fomente el crecimiento de la empresa. Conocer el Big Data como fórmula para optimizar las acciones de marketing.

Contenido:

- Las 7Vs del Big Data.
- Modelos predictivos y prescriptivos.
- Bases de Datos.
- Regulación e innovación del big data.

8/ Introducción a la tecnología Big Data

Objetivo:

el estudiante obtendrá una visión general sobre los motivos que han llevado a la creación de las tecnologías Big Data. Se le ofrecerá un marco-guía conceptual que le permitirá estructurar cada tipo de tecnología en los niveles de datos, información y conocimiento. Con este marco, se presentarán las necesidades que aparecen en cada nivel y las soluciones que han ido apareciendo, desde las tecnologías ETL hasta la Inteligencia Artificial y sistemas cognitivos.

Contenido:

LA FASCINACIÓN POR EL DATO.

- Historia de la información.
- La evolución de las tecnologías del conocimiento.
 - Estadística.
 - Business Intelligence.
 - Small Data, Big Data, Smart Data, Fast Data.

LA EXPLOSIÓN DEL DATO DEL SIGLO XX-XXI.

- Por qué en el siglo XX se ha vuelto tan importante el dato.
- Los culpables: la capacidad de computación, el abaratamiento del almacenamiento, internet y los móviles.

LA RESPUESTA: BIG DATA

Definición.

- LasV's del Big Data.

- Nuevo territorio: lo que importa es la pregunta.
- La evolución de la analítica: descriptiva, predictiva, prescriptiva.
- La pirámide del conocimiento: la diferencia entre el dato, la información y el conocimiento.

MAPA DE LA ARQUITECTURA BIG DATA.

- Los tres niveles: datos, información y conocimiento.
- Las dos dimensiones: interno-externo.

NIVEL DEL DATO:

- Tecnologías ETL.
- Del ETL al ELT.
- Datos estructurados y no estructurados.
- La evolución del tipo de dato disponible.

NIVEL DE INFORMACIÓN:

- SQL v NoSQL.
- Sistemas centralizados frente a sistema distribuidos.
- Hadoop básico.
 - HDFS.
 - Map Reduce.
 - Ecosistema Hadoop.
- Spark.
 - Comparativa con Hadoop.
 - Ecosistema Spark.
- Arquitecturas lambda y Kappa.
- On premise y cloud.
 - La nube y los servicios IaaS, PaaS y SaaS.
 - Arquitectura Híbrida.

NIVEL DEL CONOCIMIENTO:

- El proceso general de análisis y herramientas utilizadas.
- La importancia de la visualización y herramientas.
- Herramientas de análisis.
- Inteligencia artificial.
 - Inteligencia artificial débil y fuerte.
 - Diferenciamos entre inteligencia artificial, machine learning y deep learning.
 - Tipos de machine learning.
- Aprendizaje supervisado.
- Aprendizaje no supervisado.
- Aprendizaje por refuerzo.
 - Deep learning: ¿qué es una red neuronal?
 - Sistemas cognitivos.

Caso práctico: Introducción a la visualización con Tableau

Objetivo: que los alumnos conozcan una herramienta que les permitirá explorar los datos disponibles a través de la visualización. También aprenderán la necesidad de tratamiento de los datos y la selección de los mejores elementos de visualización para cada tipo de datos.

Metodología: a través de un tutorial aprenderán los conceptos básicos para realizar un cuadro de mandos que explore un conjunto de datos de prueba.

9 / Cultura data driven

Objetivo:

hacer que el estudiante sea consciente de que el verdadero potencial de transformación del Big Data es un proceso de cambio cultural y organizacional de las compañías. El verdadero motor del cambio que hace que las tecnologías Big Data sean útiles y aplicables son las personas. Es necesario un programa de transformación dominado por nuevos procesos (Data Centric, Data Thinking y Data by Design). Para que eso sea posible deben utilizarse y modificarse tecnologías de diseño y desarrollo de producto (Design Thinking y tecnologías Agile) para que de esta forma se pueda entregar valor continuo. Esto

exige cambios organizacionales profundos que conlleven una cultura del dato que se extienda a toda la organización.

Contenido:

LO IMPORTANTE SON LAS PERSONAS.

- Evolución y aparición de nuevos roles.
- El "Data Translator", un nuevo rol clave.

REPASEMOS LOS NIVELES DE LA PIRÁMIDE DEL CONOCIMIENTO: HACE FALTA LA ACCIÓN ES NECESARIO LLEGAR A SER UNA EMPRESA DATA DRIVEN.

- Dejar atrás la gestión HiPPO.
- Procesos de transformación.
 - Data Centric.
 - Data Thinking.
 - Data by Design.
 - Data Governance.

PERO ANTES ES NECESARIO SABER DÓNDE ESTAMOS EL ASSESMENT.

PROCESO DATA CENTRIC.

- Evolución de la posición del dato dentro de la empresa.
- El Dato se convierte en el centro.



PROCESO DATA BY DESIGN.

- Lo importante es saber qué quiere el cliente.
- Marco metodológico fundamental: Design Thinking.
 - Qué es el Design Thinking.
 - Algunas herramientas utilizadas.
 - Pero es necesario modificarlo para dejar entrar al dato.
- Cómo lo lanzamos.
 - El mínimo producto viable: lo importante es dar valor continuo al cliente.
 - Tecnologías Agile-Scrum.
- Relación entre Design Thinking y Agile: ciclo de evolución continuo.

DATA THINKING.

- La cultura del dato en la empresa.
- Cambios organizacionales necesarios: modelo Spotify.
- Data culture: todos los miembros de una organización deben enfocarse al valor del dato.

CASOS DE USO DE BIG DATA.

NUEVA FUENTE DE INGRESOS: LA COMPARTICIÓN DE DATOS.

- El dato como producto.
- El nuevo marco de privacidad.

Y SURGIÓ EL RGPD.

- Conceptos básicos.
- El consentimiento dentro del RGPD.
- Qué es un tratamiento: el encargado y el responsable de tratamiento.
- Uso legítimo.
- Principios de responsabilidad.
- Derechos del usuario: el nuevo derecho de portabilidad y de no utilización de procesos automatizados.

Caso práctico: uso de Tableau (o Google analytics) para análisis de un e-commerce (u otro tipo de web)

Objetivo: que los alumnos profundicen en el uso de la visualización como herramienta fundamental para obtener pistas de la marcha de una empresa online.

Metodología: a través de un tutorial aprenderán los conceptos básicos que deberán aplicar sobre los datos de una página web.

10/ Introducción al Data Mining

Objetivo:

El objetivo de esta sesión es que el alumno conozca de primera mano algunas de las técnicas de modelado y data mining que se suelen aplicar en el entorno de Big Data. A través de diversos ejemplos de necesidades de negocio, se analizará una de las posibles formas de abordarla, implementando un modelo sencillo pero clarificador: el modelo CRISP-DM. Con esos mismos ejemplos se verán las diversas problemáticas y puntos críticos a tener en cuenta en todo proceso de análisis de datos.

Contenido:

METODOLOGÍA CRISP-DM.

INTRODUCCIÓN A RAPID MINER: CONCEPTOS BÁSICOS.

PREPARACIÓN DE DATOS.

MODELOS CLASIFICATORIOS Y PREDICTIVOS CORRELACIÓN: QUE DOS VARIABLES TENGAN RELACIÓN PUEDE NO DECIR NADA.

- Realizar una matriz de correlación
- Entender una matriz de correlación.
- Correlación positiva y negativa.
- Correlación no indica causalidad.
- ¿Qué podemos hacer con esa información?

REGLAS DE ASOCIACIÓN: ¿QUÉ COSAS SUELEN IR JUNTAS?

- Entender el funcionamiento de un modelo de asociación.
- Porcentaje de Soporte y de Confianza.
- Usar las reglas de asociación.

CLUSTERIZACIÓN: ¿HAY DIVERSOS GRUPOS DE CLIENTES?

- El algoritmo K-means.
- Cómo funciona y qué significa la K.
- Concepto de centroide.

ANÁLISIS DISCRIMINANTE: EMPEZAMOS A PREDECIR.

- Explicación de análisis discriminante.
- Concepto de datos de entrenamiento y de datos de scoring.
- Flujo de entrenamiento y flujo de scoring.
- Explicación del nivel de confianza.

REGRESIÓN LINEAL: UNA FORMA DE PREDECIR UNA VARIABLE CONTINUA.

- Explicación del modelo de regresión lineal.
- Entender los pesos en una regresión lineal.
- ¿Qué podemos hacer con los resultados?

REGRESIÓN LOGÍSTICA: CUANDO HAY QUE DECIR ENTRE DOS OPCIONES

- Explicación del modelo de regresión logística.
- También aparece pesos ¿pero significan algo?
- Explicación del nivel de confianza.
- ¿Qué podemos hacer con los resultados?

ÁRBOLES DE DECISIÓN: ¿EN DÓNDE CAE ESTE CLIENTE?

- Concepto de árbol de decisión.
- Nodos, ramas y hojas.
- Profundidad del árbol.
- Navegar en un árbol de decisión.
- Comprender un árbol y aplicarlo.

REDES NEURONALES: SIMULANDO EL PENSAMIENTO HUMANO.

- Explicando en lo posible una red neuronal.
- Aplicar una red neuronal.

INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DE TEXTOS .

- Análisis comparativo de textos.
- Conceptos básicos.
- Diccionarios, stop words.
- Sinónimos y palabras de la misma familia.
- Combinación de palabras.
- Reemplazo de palabras.

VALIDACIÓN CRUZADA: ¿CÓMO PODEMOS SABER SI EL MODELO FUNCIONA?

- Qué es una validación cruzada.
- Concepto de falso positivo.

LA ÉTICA EN EL DATA MINING.

- No siempre los modelos son “justos”.
- Que puedas predecir no quiere decir que debas obligar.
- Cuidado con los sesgos.
- No todos los análisis se pueden hacer.

Caso práctico: uso de Rapid Miner para hacer data mining

Objetivo: que los alumnos utilicen lo aprendido para resolver algún tipo de problema basado en datos.

Metodología: se propondrá un conjunto de datos para que los alumnos utilicen los modelos estudiados.

11/ Data by Design

Objetivo:

hacer que el estudiante se enfrente desde el punto de vista de negocio cómo definir y resolver un problema de negocio en donde los datos y el uso de la información puedan aportar algún tipo de mejora o solución. Mediante una nueva metodología, se trata de crear un proceso “Design Thinking-like” que defina unas etapas graduales para comprender el problema, las lagunas de datos que la empresa tiene, el impacto que tiene en el customer journey y la experiencia del cliente, y proponer un nuevo “Data Journey” que mejore esa experiencia. Al final el estudiante tendrá definido todo el contexto del problema y tendrá unas preguntas e hipótesis guía que dirijan el desarrollo del proyecto de mejora.

Contenido:

MÓDULO 1: DEFINIR EL PROBLEMA QUE SE QUIERE RESOLVER

- ¿Cuál es el problema principal que estás intentando solucionar y por qué es importante?
- Contexto: ¿Qué factores contribuyen al problema?
- Personas: ¿A quién le afecta directamente?
- Personas que trabajan en el problema: ¿Quién está trabajando actualmente en el problema?
- ¿Con qué frecuencia se toman las decisiones sobre la resolución del problema por parte de las personas que trabajan actualmente en el mismo?
- Datos existentes: ¿Qué datos, relevantes a este problema, existen actualmente?
- De forma general, ¿cuál es la periodicidad, retardo y granularidad (geográfica, demográfica, temporal, otras) de los datos existentes?
- Nuevas fuentes de datos potenciales para la solución: Basados en los factores antes mencionados, ¿qué datos nuevos o adicionales podrían potencialmente aportar nuevos puntos de vista.
- Preguntas guía.

MÓDULO 2: INVENTARIAR Y COMPRENDER LAS LAGUNAS EN LOS DATOS

- Datos existentes sobre el problema.
- Para cada fuente de datos, contesta las siguientes preguntas:
 - ¿Está disponible abiertamente, o requiere un permiso especial de acceso?
 - ¿Es estructurada o no estructurada?
 - ¿Con qué frecuencia se recogen los datos?
- ¿Cómo son de granulares o detallados geográficamente los datos (ALTO, MODERADO, BAJO)?

- ¿Cómo son de granulares o detallados demográficamente los datos (ALTO, MODERADO, BAJO)?
- ¿Cuánto tiempo se almacenan?
- ¿Las personas actualmente implicadas lo usan para la toma de decisiones, evaluación o para otros propósitos?
- Otros datos organizacionales: ¿Qué otros datos usa tu organización en la operativa del día a día y en la planificación a largo plazo?
- Identificación de lagunas.

MÓDULO 3: MAPEAR A TODOS LOS PARTICIPANTES EN EL PROYECTO

Clientes/usuarios, Solucionadores, Soportes, Otras Personas.

- ¿Cuál es su influencia en el problema?
- ¿Cuál es su influencia en el proyecto?
- ¿Cómo puede beneficiarse del proyecto?
- ¿Cómo los datos ayudan ahora a su toma de decisiones?
- ¿Qué podría hacer esta persona con mejores datos?
- ¿Qué podría hacer para socavar el proyecto?
- ¿Cuál es la mejor forma de mantenerle comprometido?
- La Ficha Personas.
- Mapa de influencia.

MÓDULO 4: COMPRENDER QUIÉN USARÁ LOS RESULTADOS DEL PROYECTO.

- Data Journey actual.
- Análisis de mejoras.
- Diseño del Data Journey nuevo.

MÓDULO 5: IDENTIFICAR TU LISTA DE DESEOS RESPECTO A LOS DATOS Y DEFINIR TUS HIPÓTESIS DE TRABAJO.

- Resumen de todo el análisis.
- La herramienta de conceptualización del proyecto.
- ¿A quién va a ayudar el proyecto de innovación basada en el dato y qué esperas que sean capaces de hacer gracias al proyecto?
- Escribe una definición clara y concisa del problema.
- ¿Qué fuentes de datos persigues para cumplir tus objetivos? Rellena la plantilla siguiente con esa información (repite la plantilla tantas veces como fuentes de datos hayas detectado).
- Ajusta tus Preguntas Guía: ¿Podemos usar [la fuente de datos X] para

profundizar en [en el aspecto Y del problema]?

- Ajusta tus Hipótesis: Ya que sabemos que [hechos A] sobre [las(s) fuente(s) de datos X], creemos que podemos usar [datos específicos B] para abordar [el indicador del problema C]. Validaremos nuestros resultados en comparación a [datos existentes D].

EJEMPLOS DE PROBLEMÁTICAS

Caso práctico: uso de metodología Data by Design para resolver una problemática del TFM

Objetivo: que los alumnos utilicen la metodología explicada para resolver un problema dentro del alcance del TFM que entregaron en el máster

Metodología: los alumnos deberán proponer una problemática asociada a su TFM que presentaron en el master y deberán seguir los pasos indicados para proponer una mejora basado en el uso del dato y de la información disponible.

12/ Analítica Web

Objetivo:

Extraer, comprender e interpretar la información que se refleja en la red, imprescindible para la toma de decisiones de marketing. Llegar al conocimiento gracias al correcto análisis de los datos.

Contenido: ¿Sabes lo que ocurre en tu web?

- Conceptos básicos.
- Tipos de herramientas.
- Métricas e indicadores.
- Medición e integración de múltiples fuentes.
- KPIs y Objetivos.

13/ Google Analytics

Objetivo:

Extraer la información sensible que Google Analytics nos proporciona sobre nuestro sitio web, analizando los datos e introduciendo mejoras fundamentadas que mejoren nuestro rendimiento web.

Contenido: ¿Conoces las herramientas de analítica más utilizada en el mundo?

- Conoce Google Analytics.
- Gestión y manejo de la herramienta.
- Métricas.
- Análisis y diseño de informes estadísticos.
- Implementación y seguimiento.

14/ Inteligencia Artificial y Asistentes Virtuales

Objetivo:

Obtener un conocimiento teórico pero siempre con un eminente enfoque práctico, sobre los componentes y problemáticas de la inteligencia artificial y las diferentes aplicaciones en la industria en la actualidad, haciendo hincapié en los asistentes virtuales como nuevo modelo de relación con cliente.

Contenido: ¿Conoces las herramientas de analítica más utilizada en el mundo?

- Aprender el papel de la Inteligencia Artificial en el mundo actual y tener un enfoque a futuro sobre los avances tecnológicos.
- Identificar y entender diferentes términos del entorno de la Inteligencia Artificial.
- Conocer las diferentes aplicaciones de la Inteligencia Artificial en la actualidad y sus posibles futuros casos.
- Conocer e identificar componentes del diseño de una solución de Inteligencia Artificial.
- Desarrollar una primera aplicación con inteligencia artificial: crear tu primer Chatbot con la Plataforma IBM Watson.

15/ Uso anónimo y privado de internet

- Introducir al alumno en los diferentes sistemas operativos y su aplicación para gestionar la seguridad en la red de las empresas.

16/ Seguridad en dispositivo

- Desarrollar los protocolos necesarios para la protección de los dispositivos.
- Técnicas y herramientas de ciberseguridad.

17/ Sistemas Operativos y de seguridad en la red

- Introducir al alumno en los diferentes sistemas operativos y su aplicación para gestionar la seguridad en la red de las empresas.

18/ Fundamentos de ciberseguridad. Habilidades para enfrentar amenazas online en la empresa

- Conocimiento teórico sobre la materia como para tomar decisiones desde el punto de vista de un directivo de una organización empresarial
- Dotar al alumno de recursos para analizar el panorama de ciberamenazas al que hacen frente hoy en día las organizaciones empresariales y aplicarlo al entorno de la empresa en la que trabaje.
- Introducción al "adversarial thinking" (conjunto de activos valiosos que son susceptibles de ser atacados por adversarios que generan amenazas)

Programa expertos

Habilidades directivas

El desarrollo de habilidades sociales, el liderazgo, las habilidades comunicativas, la inteligencia emocional y el dominio de los pilares fundamentales del entorno digital tienen una importancia vital hoy en día. EUDE incorpora al programa una serie de módulos formativos que te aportarán un gran valor a nivel profesional y, por supuesto, también a nivel personal. Comprobarás de inmediato los resultados.

1/ Experto en Inteligencia Emocional

Saber manejar nuestras emociones de forma que nos ayuden a comportarnos como deseamos.

2/ Experto en Programación Neurolingüística:

Poder organizar el mundo tal como lo percibimos y mediante nuestros sentidos.

3/ Experto en Oratoria, Influencia y Persuasión

Saber cómo estructurar la información, comunicación de forma creativa, coherente, concisa y con un hilo conductor claro.

4/ Experto en Usabilidad y Experiencia de Usuario

Construir mapas de web dentro de una correcta arquitectura web y hacer análisis correctos de medición.

Idiomas

Tu Máster incluye el aprendizaje de 7 idiomas.

Digital EUDE te ofrece la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio. La modalidad presencial executive incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año.

Formación en idiomas

Nuestro programa de aprendizaje de idiomas ofrece soluciones que se adaptan a todas las necesidades de aprendizaje de sus estudiantes: desde alumnos con exposición limitada a idiomas, a aquellos de nivel intermedio y avanzado que desean mejorar sus resultados académicos y prepararse para el mundo profesional.

Además te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. **Elige entre: Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés.** Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

Claustro

Claustro Académico de Digital EUDE

Contamos con un claustro de profesores constituido por excelentes docentes y contrastadas trayectorias profesionales en puestos de responsabilidad y dirección en empresas nacionales y multinacionales de renombre. Estos profesores, acompañarán dentro y fuera del aula a los alumnos, ofreciendo atención individualizada, gracias a las diferentes herramientas de comunicación que hoy en día nos brinda internet. Como complemento, también contaremos con profesores invitados.



D. Adolfo Contreras

Docente

Directivo Digital y Consultor de Bitcoin. Licenciado y con un Máster en Administración y Dirección de Empresas en la IESE Business School, cuenta con una amplia experiencia en Dirección y Desarrollo de Negocio. Ha trabajado como Country Manager en Meteo Group durante seis años y en 2016 fundó su Consultora de negocio fintech y Bitcoin



D. Carlos Viera

Director de EUDE Digital

Consultor Marketing Online, Partnership de HootSuite para España y Portugal, con más de 15 años de experiencia en publicidad, marketing y comunicación vinculada al sector del entretenimiento, ofreciendo labores de publicidad digital, planificación de medios, negociación y compras, conceptos creativos, copys, estrategia social media, monitorización, proyectos online, marketing de contenidos, brand content, inbound marketing, SEO/SEM, comercial y ventas, coordinación eventos para compañías como Disney, Warner, Fox, Paramount, Nintendo, Microsoft Xbox, etc.



D. Julio Palomino Arroyo

Docente

Consultor de Estrategia Digital, especializado en Proyectos on-off, Marketing Digital, Ecommerce y Transformación Digital con más de 25 años de experiencia. Actualmente colaboro con PSS DIGITAL siendo el Responsable del Área de Marketing y Estrategia Digital en España. Formé parte de la multinacional RICOH IT SERVICES, como “Ecommerce Senior Advisor para España” en el área de Transformación Digital. Ayudábamos en el crecimiento del negocio y la eficiencia de las compañías a través de su transformación Digital. ECOMMERCE MANAGER de PANGEA - “The Travel Store- La Tienda de Viajes más Grande del Mundo”.



D. Arturo Gerrero

Docente

Más de 10 años de experiencia trabajando como consultor con numerosos clientes de primer nivel tanto en EMEA como en LATAM. Ha liderado exitosos proyectos de implementación de la Experiencia del Cliente en IBM, actualmente desempeñando labores de Technical Sales Engineer en IBM Watson Customer Engagement team.



D. Gonzalo Gómez Heredia

Docente

Ingeniero de Telecomunicaciones por la UPM. Experiencia en consultoría internacional tanto en la parte de negocio como en la parte técnica. Actualmente trabajando como ingeniero de software, utilizando la tecnología como un medio para aportar valor al cliente y siempre utilizando las mejores prácticas de desarrollo, testing e integración continua.



D.ª Itziar Leguinazabal

Docente

Ingeniería en Organización Industrial e Informática. Cinco años en ámbito tecnológico, concretamente en Inteligencia Artificial. Arquitecto de soluciones y consultoría para Inteligencia Artificial en IBM.



D. Miguel Rodríguez Bueno

Docente

Ingeniero Informático con amplia experiencia en marketing digital. Máster en Data Analytics por el ISDI con especialización en medición y atribución de canales digitales. Consultor de Data y Analytics en Accenture Interactive y BMIND implementando proyectos orientados a performance en clientes como El Corte Inglés, Leroy Merlin o Movistar. Actualmente se encuentra trabajando en Google, gestionando clientes de grandes cuentas.



D.ª Coco Pérez-Curbelo

Docente

Con más de 12 años de experiencia laboral en el ámbito de proyectos digitales, vinculada a compañías como Citi Bank, Banco Popular o Banco Santander (en la actualidad). Máster en Publicidad Digital y Comunicación Interactiva por ICEMD, y licenciada en Dirección y Administración de Empresa por CUNEF.



D.ª Esther Villalba

Docente

Diplomada en Ciencias Empresariales. Máster Oficial en Mkt y Máster en Dirección de Marca e Identidad Corporativa. 7 años de experiencia en agencias de medios y publicidad especializadas tanto en clientes de respuesta directa como en campañas de notoriedad y de branded content. Online Media Manager en HMG.



D.ª. Sara de la Torre

Docente

Directora independiente de proyectos digitales de comunicación y marketing. Asesoría sobre estrategias, implementación, presupuestos, benchmarks, consultoría de marca... Ayudo a construir o reforzar la identidad digital de empresas, productos, asociaciones... Trabajo en proyectos de comunicación y marketing digital desde 1999. He sido la responsable de numerosos proyectos social media, como la creación y desarrollo de perfiles sociales para comunicación de marca y productos de ocio.



D. Borja Roibás

Docente

Consultor financiero en Mercados de Valores desde 1999 en salas de tesorería y cotización de opciones financieras. Comenzó su carrera en Natwest y continuó en Citibank Internacional donde fue coordinador de ventas de warrants en España y Portugal. Tras varios años, prosiguió su carrera en Consultoría mientras compatibilizaba su trabajo con formación en empresas y diversas Escuelas de Negocio.



D. Borja López-Gómez

Docente

Máster Europeo en Publicidad Digital y Marketing Online por ESIC-ICEMD y Máster en Dirección de Marketing Deportivo.
6 años ejerciendo como periodista y 9 años como especialista en redes sociales. Desde 2013, colidera el departamento de Social Media de Shackleton Buzz&Press.



D.ª Irene Herrero Soto

Docente

Directora independiente de proyectos digitales de comunicación y marketing. Más de 12 años de experiencia en Marketing Online y Gestión de Proyectos. Ayudando a diferentes compañías en su Transformación Digital. Conocimiento del marketing online y gestión, optimización de canales digitales (SEM, SEO, SMO, Planificación de Medios, Programas de Afiliación, Analítica web y Diseño Web). Gestión y desarrollo de planes de negocio de diferentes entidades. Experiencia en campañas de performance, paid media y gestión de proyectos web, CRO y UX. Actualmente Directora de Marketing en la startup española, Mumablue, perteneciente al programa Google for Startups.



D. Javier Borrego

Docente

Apasionado del Marketing con trayectoria en agencia, marketing farmacéutico y gran consumo / videojuegos. La creatividad me acompañó todo este tiempo, es la chispa de esta profesión. Siempre al día, actualmente coordino el área de Influencers. También colaboro como profesor y coordinador en el Master de la UCM Playstation Talents en Marketing, Comunicación y Gestión de videojuegos.



D. David Fernel Cristóbal

Docente

Ingeniero de Minas por UPM. MBA por el Instituto de Empresa. MDA por ICEA. 18 años de experiencia en Desarrollo de Negocio, Innovación y Organización, en diferentes sectores de actividad (Asegurador, Financiero, Utilities, Automoción,...). Docente en Eude en los Masters MBA y MBA Executive (Innovación y Tecnología) y Marketing Digital (Transformación Digital). Mentor de proyectos de innovación y formador en el ámbito empresarial.



D.ª Alba Díaz Cabrerizo

Docente

Doble graduada en Derecho y ADE con experiencia en marketing digital, consultoría estratégica y venta. Management Consultant en Accenture con amplia experiencia en el sector bancario (Bankia, Banco Santander y Banco Popular) y sector de telecomunicaciones (Vodafone y Orange), en proyectos dedicados a creación de estrategia digital y mejora de procesos. Actualmente trabajando en Google como especialista de performance gestionando clientes de grandes cuentas.

Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics

#Talent

Digital EUDE es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral. En cada uno de los módulos que conforman el máster, se analizarán situaciones reales de empresas, apoyándonos en la metodología del caso, animando a trabajar y tomar decisiones en grupo. Gracias a los acuerdos que EUDE mantiene con grandes empresas, se ha logrado que el 95% de sus alumnos encuentren trabajo o mejoren su situación laboral.



Jessica Jiménez

Alumna de Máster en Marketing digital

“Me pareció muy buena oportunidad lo que me ofrecía Digital EUDE, no solo para crecer haciendo un máster, sino también para conocer otras culturas, y saber cómo se mueve el marketing digital en otras sociedades”.



Partners Internacionales en Educación

Digital EUDE tiene un marcado carácter internacional potenciando la internacionalización para lograr un enriquecimiento de la calidad académica de sus programas.

En esta línea, desde EUDE se busca colaborar con las Instituciones de Educación Superior con el objetivo de reforzar sus líneas de Internacionalización, dando respuesta a la demanda de los alumnos y a los lineamientos establecidos por las autoridades gubernamentales en materia de Educación de cada país.

Digital EUDE en unión con las Instituciones de Educación Superior promueve un Programa de Buenas Prácticas en Internacionalización. Este programa responde a una necesidad planteada por las Universidades para fortalecer su Internacionalización, pretendiendo dar respuesta a cada uno de los lineamientos establecidos en el cumplimiento de los estándares de acreditación de alta calidad.



UB Universidad de Boyacá



Partners Corporativos

Digital EUDE trabaja con más de 1.200 empresas nacionales e internacionales, con el objetivo de potencializar el desarrollo de los alumnos y empujar su trayectoria profesional.

Nuestros alumnos conforman un capital humano muy heterogéneo, compuestos por perfiles junior, senior y executive, preparados para incorporarse a los distintos departamentos de empresas demandantes de este tipo de recursos.

El 95% de nuestros alumnos mejora su situación laboral. En Digital EUDE no solo nos preocupa tu formación académica, queremos que te conviertas en un líder dentro del mercado.



Máster en Business Intelligence y Big Data Analytics

#Talks

En **Digital EUDE** se quiere acercar la innovación y las nuevas tendencias del mercado a sus alumnos. El programa se completaría con la oferta voluntaria de al menos 4 visitas a empresas tecnológicas punteras a lo largo del curso académico, acompañados por el director del programa y miembros del claustro académico.

Por ello, como complemento a la formación de posgrado ofrece conferencias y eventos con líderes de empresas a nivel internacional que les permite ampliar sus conocimientos y enriquecer su networking desde el primer día.



Miguel Rodríguez & Alba Díaz

Conferencia Google

Miguel Rodríguez, Account Manager Google Large Customer Sales y Alba Díaz, Performance Specialist de Google, compartieron todas las innovaciones y propuestas tecnológicas que están preparando desde la compañía.



Daniel Núñez Rodríguez

Product manager Facebook

Facebook Inc. es una empresa de aprendizaje automático en su interior. Cuando se trata de lograr grandes resultados a escala, el machine learning y las soluciones de automatización de marketing son sus amigos.

Descubre en esta sesión cómo maximizar el machine learning y las soluciones automatizadas para ser realmente efectivo.



Adolfo Contreras

Directivo Digital y Consultor de Bitcoin

Digital Eude acogió el seminario: "La encrucijada de la Banca ante el desafío de Bitcoin" donde nuestros alumnos conocieron la historia, las claves y características de esta nueva criptomoneda, junto a Adolfo Contreras, Directivo Digital y Consultor de Bitcoin.



Campus presencial

En el centro de Madrid está ubicada la sede principal de **Digital EUDE**, punto de encuentro de líderes de diversas partes del mundo. Lugar donde, además, se llevan a cabo conferencias, eventos, seminarios y charlas concebidas exclusivamente para que nuestros alumnos puedan enriquecer su networking desde el primer día.

Más de 9,000m² distribuidos entre aulas, zonas comunes, salas de estudio, cafetería y estacionamiento. Un complejo pensado para el uso y disfrute de los profesionales que desarrollan sus estudios superiores en nuestra escuela. El acceso al campus tiene conexiones directas de transporte público (estaciones de metro, autobuses y taxis).



Campus virtual

Digital EUDE ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología online de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus virtual, el cual ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo, la escuela permanece a la cabeza en la formación online del mundo.

La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología online. De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible.

No estarás solo durante tu formación. Asiste a nuestras sesiones presenciales virtuales en directo con los docentes más expertos y comparte la experiencia con tus compañeros. Desarrolla tus habilidades comunicativas. Deja que nuestro equipo de orientadores, tutores y docentes te asesoren.

Además de poder acceder a una Biblioteca Virtual con más de 10.000 títulos de consulta desde artículos científicos, revistas, novelas, estudios. Todas las fuentes bibliográficas indispensables para cada especialidad, sin restricciones y de forma rápida.

DIGITAL

Institute of Business
& Technology | **EUDE**

CAMPUS MADRID

C/Arturo Soria, 245 - Edificio EUDE.

28033. Madrid, España.

+34 91 593 15 45

DELEGACIÓN COLOMBIA

C/98 # 9A - 41 Oficina 204. Bogotá DC,

+57 1 5085740

+57 1 5085741

DELEGACIÓN ECUADOR

C/Catalina Aldaz y Portugal , Edificio La Recoleta,

Oficina 71. 7mo piso Quito

593 2 4755550

www.eude.es