



Experto Universitario en Transformación Digital, Nuevas Tecnologías e Innovación





School
of Digital
Technologies



PRESENTACIÓN

La Cátedra de Bienestar Social, Comunicación, Educación y Empleo de la Universidad a Distancia de Madrid y Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas, convoca este curso con el objeto de dar respuesta a las empresas, para que puedan contar con profesionales altamente cualificados en la transformación digital 360º.

Las tecnologías digitales y los cambios de hábitos derivados de su desarrollo han cambiado drásticamente la sociedad tal como la conocíamos. Empresas que triunfaban en el mundo analógico han sido barridas y sustituidas por otras que han entendido mucho mejor las reglas de la nueva economía. Al mismo tiempo, sólidos profesionales han visto cómo sus carreras se estancaban al no entender las claves de esta nueva era disruptiva.



El desconocimiento afecta incluso a jóvenes generaciones de estudiantes que dominan perfectamente las herramientas digitales, pero desconocen los procesos de transformación que deben aplicarse en las empresas para adaptarse a los cambios. Además, carecen de una visión global del impacto que algunas tecnologías disruptivas están causando y su inmediata evolución.

Los profesionales que dominan esos procesos de transformación digital son, actualmente, los más solicitados del mercado, porque son capaces de aportar en su día a día una visión estratégica no sólo de lo que se necesita para competir con

garantías, sino de anticiparse a los cambios aplicando esos procesos transformacionales.

La transformación digital es un proceso global, que obliga a entender de manera holística las nuevas tendencias tecnológicas, socioculturales y económicas, desde los nuevos modelos de innovación y procesos de gestión ágiles hasta el impacto del blockchain, la Inteligencia Artificial o el Internet de las cosas (IoT) pasando por la nueva realidad y tendencias del marketing digital, la publicidad nativa y la programática, los nuevos procesos comunicativos y estrategias digitales de contenidos, el Big Data, métricas digitales clave o incluso los ciberriesgos, así como todos los casos de éxitos asociados a ellos, de una manera práctica, para poder aplicar todos estos nuevos conocimientos en el trabajo.

OBJETIVO

Este curso de Experto Universitario está pensado para otorgar al profesional una visión estratégica global y transversal de todos los procesos de transformación y de las tecnologías disruptivas actuales. Los alumnos conocerán cuál va a ser la evolución y el uso práctico de las tecnologías en el futuro inmediato, incidiendo en las nuevas habilidades personales y organizativas que se requieren para implantar con éxito estos procesos.

CARACTERÍSTICAS

1. Duración 500 horas. 20 créditos ECTS.
2. Modalidad online con clases en *streaming*.
3. Metodología Académica: se compone de una parte teórica y otra práctica, donde se incidirá en diferentes casos prácticos reales. Además, se impartirán diferentes talleres presenciales con profesionales del sector, que sirvan de apoyo al alumno.
4. Tutorías a lo largo del curso para supervisar los trabajos, casos prácticos y resolver dudas.
5. Evaluación continua, elaboración de casos prácticos y trabajo final de curso.

DIRIGIDO A

El Curso de Experto Universitario en Transformación Digital va dirigido a todos los profesionales de cualquier ámbito que quieran entender las nuevas reglas de la economía digital, así como el impacto de la tecnología digital sobre los negocios y la sociedad.

El curso otorga los conocimientos y habilidades necesarias para que cualquier profesional sea capaz de aportar, de manera inmediata, valor añadido y cualificación a sus empresas, y reforzar sus carreras para optar a puestos de mayor responsabilidad o a empleos para los que se requieren estos conocimientos.

DOBLE TITULACIÓN

Los alumnos que cumplan con todos los requisitos académicos recibirán el Título de la Universidad a Distancia de Madrid:

EXPERTO UNIVERSITARIO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL, NUEVAS TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN

Así mismo, los alumnos que completen las correspondientes evaluaciones, el examen final y la presentación del trabajo final del curso accederán al Diploma expedido por Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas y la Escuela de Tecnologías Digitales:

EXPERTO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL 360º

PRECIO

El precio del curso es de 1.950 €. Se realizará un primer pago de 350 €, antes de comenzar el curso en concepto de matrícula; y cuatro pagos de 400€ en los meses siguientes.

El pago se efectuará por transferencia bancaria en cualquiera de estas cuentas corrientes:

- **Bankia:** ES04 2038 1703 81 6800012736
- **Santander:** ES83 0049 3694 11 2914009865

PROGRAMA ACADÉMICO

MÓDULO 1: EL NUEVO ECOSISTEMA DIGITAL

La realidad digital presenta en ocasiones una apariencia fragmentada, desprovista de una línea evolutiva y unos orígenes. En este módulo introductorio se sientan las bases necesarias para asimilar los conceptos que se explicarán a lo largo del curso, desde el origen de la digitalización hasta el cambio de hábitos que ha provocado y las necesidades que debe cubrir.

1. Antecedentes: de lo analógico a lo digital. Un cambio traumático.
2. Las nuevas reglas de la economía digital.
3. ¿Qué es la transformación digital? Etapas.
4. Retos y oportunidades para las organizaciones.
5. Caso práctico: la transformación digital de Telefónica. El modelo Defying Doom.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 2: EL IMPACTO DE LA DIGITALIZACIÓN SOBRE LOS MODELOS DE NEGOCIO



La media de vida de las empresas que en 1958 estaban incluidas en el índice Standard & Poor's 500 era de 61 años. Hoy, la media no llega a los 18. La consultora McKinsey vaticina que el 75% de las empresas que actualmente cotizan en S&P 500 habrán desaparecido en los próximos 10 años. La digitalización ha tenido un enorme impacto sobre los modelos de negocio y una de sus constantes es la necesidad de adaptarse constantemente.

1. La nueva empresa: de la estrategia multicanal a los océanos azules.
2. Los nuevos intermediadores y las start up killers.
3. La migración digital.
4. Nuevos modelos de negocio.
5. Transformando la relación con los clientes.
6. Caso práctico: Amazon. Estrategia y modelo de negocio.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 3: INNOVACIÓN DIGITAL



La tecnología digital avanza en una progresión geométrica, modificando a su vez los hábitos de consumo y creando nuevas necesidades a un ritmo vertiginoso. Las empresas están obligados a adaptarse y reinventarse constantemente, incluso abriéndose a nuevos campos. Si en la era analógica la innovación era un factor diferencial, ahora es una necesidad imperiosa para poder sobrevivir.

1. El dilema del innovador. De cero a uno.
2. Innovación incremental y disruptiva.
3. Creando una cultura de la innovación.
4. Herramientas para la innovación: Design Thinking, Lean, Scrum, Kanban, MVP y prototipado.
5. Caso práctico: Paypal y su proceso de innovación.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 4: MARKETING Y PUBLICIDAD

El Marketing es uno de los sectores que más rápido se ha adaptado a la nueva era digital y uno de los que más necesita controlar cualquier empresa o negocio para dar a conocer sus productos o lograr sus objetivos de venta. La ubicación del usuario omnicanal en el centro de sus procesos ha transformado radicalmente el marketing tradicional. La publicidad ha tardado más en reaccionar, pero ya ha logrado madurar con la programática y el uso de tecnologías que posibilitan las pujas en tiempo real (RTB) dejando de lado prácticas invasivas y superando el display y el CPM.

1. El nuevo consumidor.
2. Canales, herramientas y estrategias de atracción, captación, conversión y fidelización.
3. Tendencias: del Inbound Marketing a los microinfluencers y Martech.
4. Branded Content.
5. Adtech. Publicidad programática y publicidad nativa.
6. El Plan de Marketing Digital 360º y sus principales KPI.
7. Caso práctico. Starbucks.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 5: SOCIAL MEDIA Y CONTENIDOS

La transformación digital no puede entenderse sin un análisis profundo de las redes sociales y las nuevas tendencias en contenidos. Las nuevas fórmulas narrativas buscan una conversación con el usuario situando en un plano principal la alineación del mensaje con los valores de la empresa, hasta fundirse, en ocasiones, en uno sólo.

1. Redes Sociales. Los mercados son conversaciones.
2. Social media y estrategia digital.
3. Estrategia de medios (owned, paid, earned)
4. Estrategia de contenidos digitales.
5. Nuevas narrativas digitales: transmedia, storytelling, etc.
6. Caso práctico: BBVA.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 6: TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS

La transformación digital ha posibilitado usos tecnológicos impensables hace apenas dos décadas. El conocimiento de sus aplicaciones prácticas en las empresas y la capacidad de aprovechar sus ventajas es un elemento diferencial en cualquier estructura organizativa actual.

1. La cuarta revolución industrial.
2. Inteligencia Artificial y Machine Learning.
3. Blockchain.
4. Realidad Virtual y Realidad Aumentada.
5. IoT.
6. Robótica.
7. Impresión 3D.
8. Nanotecnología, biotecnología, Quantum computing y otras tecnologías emergentes.
9. Caso práctico: PropTech, la tecnología al servicio del mundo inmobiliario.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 7: USER EXPERIENCE O EXPERIENCIA DE USUARIO (UX): HACIA UN MUNDO MÓVIL CON EL CLIENTE EN EL CENTRO

El acceso a internet desde dispositivos móviles ya ha superado ampliamente a los ordenadores de mesa. Las nuevas generaciones ya casi sólo usan el móvil para conectarse a internet cuando buscan información, navegan por las redes o compran productos. Estamos en la era del móvil. La generalización de dispositivos ha impulsado la relevancia de la figura del User Experience, el responsable de lograr que los entornos en los que los usuarios interactúan cumplan sus expectativas.



1. Tendencias en movilidad.
2. Patrones de consumo digital en móviles.
3. Web móvil, mobile apps, etc.
4. La movilidad como factor diferencial en la estrategia digital.
5. User Experience: el diseño que soluciona problemas.
6. Caso práctico: Google User Experience Research.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 8: EL VALOR DEL DATO

La tecnología digital ha posibilitado que casi todo pueda medirse. Millones de datos circulan de unos servidores a otros cada segundo. Poder recopilar estos datos para detectar nuevas oportunidades de negocio, corregir errores o mejorar productos es esencial en todo proceso de transformación digital. Big Data y Small Data se erigen como elementos cardinales para entender,

en definitiva, los deseos de los clientes y convertirlos en productos o negocios innovadores. Para su análisis es necesario el uso de unas métricas y unos KPI que permitan dar sentido a esos datos.

1. Big Data.
2. Small Data.
3. Usos más comunes y aplicaciones en empresas y negocios.
4. Analítica de datos.
5. Visualización y representación de datos.
6. Caso práctico: Premise.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 9: CIBERSEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS



La digitalización implica también serias amenazas para las empresas y para los usuarios particulares. Es necesario conocer e implementar protocolos de seguridad, así como estrategias de gestión de crisis. Además, con la entrada en vigor del nuevo Reglamento de Protección de Datos, las empresas tienen que generar instrumentos y estrategias preventivas por fuga de datos.

1. Principales amenazas y vulnerabilidades: hacking, ransomware, malwareless.
2. Estrategia de ciberseguridad.
3. RGPD y obligaciones de protección de datos.
4. Caso práctico: Celebgate.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO 10: HABILIDADES PERSONALES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La digitalización no sólo obliga a las empresas a transformarse, sino también a los profesionales, que deben adquirir nuevas competencias y habilidades para desenvolverse con éxito en su entorno laboral.

1. Gestión del cambio. Resiliencia y motivación.
2. Nuevas habilidades profesionales y directivas (orientación al cliente, gestión de la información, aprendizaje continuo)
3. La economía de la escasez, el déficit de atención y la gestión del tiempo.
4. Caso práctico: el nuevo líder digital.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

MÓDULO FINAL: TRABAJO PRÁCTICO: AUDITORÍA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

A lo largo del curso, los alumnos deberán elaborar un trabajo monográfico sobre la implantación de la Transformación Digital 360º en una empresa.

[VÍDEO PRESENTACIÓN](#)

DIRECCIÓN ACADÉMICA



Lluís Cucarella Alemany

Es uno de los mayores especialistas en transformación digital de medios de comunicación en España. Con más de 25 años de experiencia en la industria periodística, tanto en ediciones impresas como online. Ha sido director de Transformación Digital y Subdirector General de Prensa Ibérica Digital, director de Contenidos online de una decena de periódicos españoles, director del periódico Levante-EMV, director de negocio online de Editorial Prensa Ibérica y otros cargos. Actualmente, es CEO de la consultora Next Idea Media, dedicada a la transformación digital de medios de comunicación y al marketing 4.0 para empresas, director de Medialab Press España. Fundador y director de Revista Estrategia para empresarios y directivos. Profesor y conferenciante.

EQUIPO DOCENTE



Fátima Fares Medina

Especialista en movilidad, redes sociales y estrategia de eventos. Es fundadora de Womamoda 2.0, directora de eWoman y Can We Run. Actualmente, es directora de Eventos en Prensa Ibérica. Doctoranda en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, ha sido también responsable de la transformación digital en el área comercial en diferentes periódicos españoles, tales como Diario Información, La Opinión de Murcia, La Opinión de Málaga, La Provincia, la Opinión de Tenerife, Levante-EMV, Superdeporte, etc. Ha trabajado en Telefónica, Philip Morris, Digital Plus, Mediaset, Vocento y otras empresas, en las que ha desempeñado funciones en las áreas comercial y marketing. Ha sido también presentadora de Televisión.



José Suárez de Lezo

Director del área digital de la Asociación de Medios de Información (AMI), Consultor de comunicación y director del Laboratorio de Periodismo de la Fundación Luca de Tena, institución de la que es también patrono. Licenciado en Derecho y Periodismo, Máster en Comunicación Institucional y Política por el Instituto Universitario Ortega y Gasset. Ha sido director de comunicación de Vocento y director general de MediosOn, así como asesor de Comunicación en el Ministerio de Justicia, responsable de comunicación en el área de Asuntos Sociales del Ministerio de Trabajo, director de Comunicación de las Consejerías de Economía e Innovación Tecnológica; Inmigración y Cooperación al Desarrollo, y Educación de la Comunidad de Madrid.



Jesús Moreno Pinar

Profesional centrado en la generación de negocio desde Marketing y Ventas, que siempre utiliza la innovación y la transformación digital como ventaja competitiva. Se trata de un perfil versátil con experiencia en diferentes sectores (IT, electrónica de consumo, plataformas, medios, eventos e inmobiliario), en compañías de distintas tipologías (b2b, b2c), de diferentes tamaños y culturas empresariales (Sony, Zinio, Prisa, MWCB y start-ups) en las que ha desempeñado varios roles: operaciones, marketing, estrategia, ventas, comunicación y negocio. El hilo conductor de su carrera ha sido la innovación y la transformación que ha llevado a cabo en todas esas aventuras profesionales. De espíritu ‘emprendedor’, posee la habilidad de definir planes estratégicos alcanzables, y liderar su ejecución en tiempo y forma, generando impacto en el negocio.



Julián Balerdi Demicheli

Especialista en Estrategia de Negocio, Marketing y Ventas. Actualmente, es Consultor de Transformación Digital en diversas empresas. MBA y Máster en Marketing y Dirección Comercial por la Escuela Europea de Dirección y Empresa. Licenciado en Administración de Empresas por la UNED y Postgrado en Social Media por la Universidad de Barcelona. Ha desarrollado su carrera profesional en empresas como Housell, Prensa Ibérica Media, Telefónica I+D, Moviplay TV. También, ha sido miembro de diversos comités en asociaciones tales como AEDE, OJD, MediosOn y galardonado con un Digital Media Award por WAN-IFRA.



Raúl Ruiz Rodríguez

Especialista en gestión estratégica y transformación digital, desarrollo de negocio y gestión de empresas en el sector de los medios, el marketing y la publicidad, con especial incidencia en branded content, brand experiences, marketing de influencers, eventos, transmedia, social media, performance y paid media. Ha sido director de Expansión en Engloba, jefe de ventas en periódicos de Vocento, Director de Desarrollo de Negocio en Prisa Brand Solutions, Director General Comercial y de Marketing en Vozpópuli, entre otros cargos, así como profesor en IED y otras escuelas de negocios.



Azucena Hernández

Periodista y empresaria. CEO de EUROCYBCAR, European Cybersecurity Test for Cars, el primer test que mide el nivel de ciberseguridad de un coche. CEO del Grupo Cybentia Mobility & Cybersecurity, que edita la web HackerCar, una plataforma digital cuya finalidad es aunar el mundo de los coches, de la ciberseguridad y la tecnología. Licenciada en Ciencias de la Información, ha desarrollado su labor periodística a lo largo de los últimos 28 años en el ámbito de la comunicación especializada, tanto del Motor como de la Ciberseguridad. Creadora de las revistas Autofácil, Car&Tecno, One Magazine y One Hacker y directora de los Premios “Por los Héroes”.

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

Experto Universitario en Transformación Digital, Nuevas Tecnologías e Innovación

<i>Por favor, rellene con letra clara y mayúscula los siguientes datos personales:</i>	
Nombre y Apellidos	
DNI o Pasaporte	
Estudios Realizados	
Puesto de trabajo actual	
Dirección	
Código postal	
Ciudad	
País	
E-Mail	
Teléfono	

En virtud de la aplicación, a partir del 25 de mayo de 2018, del Reglamento General de Protección de Datos de Carácter Personal (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, le informamos de que: EDAE Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas, Fundación de Estudios Sociales y Sanitarios, Escuela de Postgrado responsables del tratamiento, ha actualizado su política de privacidad, que regula el tratamiento de datos de carácter personal. Los datos de carácter personal que hasta la fecha nos ha facilitado, así como los que nos pudiera facilitar posteriormente, serán incluidos en un fichero automatizado de datos, titularidad de EDAE Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas, y serán mantenidos bajo nuestra responsabilidad. La información contenida en este fichero será usada exclusivamente en nuestras comunicaciones dirigidas a usted informando de nuestras publicaciones, cursos e invitaciones a eventos de EDAE Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas. Le informamos de que usted podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación, oposición, portabilidad y limitación del tratamiento respecto de sus datos de carácter personal, mediante comunicación escrita dirigida a: EDAE Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas, calle Fernán González, 50, 5º C 28009 de Madrid. Si no desea recibir más información de EDAE Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas y dar de baja sus datos, envíenos un correo electrónico a master@epostgrado.es.

Si tiene cualquier otra duda acerca de la forma en que tratamos y usamos sus datos personales, puede ponerse en contacto con nosotros en: master@epostgrado.es, o escribiarnos a la siguiente dirección: EDAE Alta Escuela de Dirección y Administración de Empresas, calle Fernán González, 50, 5º C 28009 de Madrid.

A este formulario de inscripción debes adjuntar: Fotocopia del DNI o Pasaporte, currículum vitae y justificante de pago de la matrícula. Enviar todo por email a: tamara@diariodemediacion.es

Firma y Fecha

EDAE

Fernán González, 50 - 28009 Madrid

Teléfono: 91 402 00 61

www.epostgrado.com