



Desarrollo TIC para la gestión de información corporativa

Desarrollo TIC para la gestión de información corporativa

Duración: 50 horas

Modalidad: OnLine

OBJETIVOS

- Utilizar adecuadamente las herramientas informáticas existentes para el análisis de la información corporativa.
- Adquirir conocimientos generales sobre los principales sistemas de información que utilizan las empresas.
- Conocer las características de los sistemas ERP, sus ventajas y cómo resolver los posibles problemas que puedan surgir a la hora de implementarlos en una empresa.
- Que el alumnado asuma la importancia de realizar adecuadas estrategias de comunicación e intercambio de información con proveedores y clientes.
- Conocer para qué sirve la analítica web y cómo utilizar sus datos adecuadamente para mejorar una estrategia de marketing digital.
- Conocer la influencia de las herramientas de business intelligence para mejorar los resultados empresariales.
- Conocer en qué consiste el big data, sus utilidades de cara a la empresa y cómo emplearlo en una empresa de tamaño medio o pequeño.

CONTENIDOS

1. La información en la empresa

- 1.1 La importancia de la comunicación y la información en la empresa:
- 1.2 Los sistemas de información en una empresa.
- 1.3 La comunicación mejora el rendimiento empresarial.
- 1.4 La confianza como base de una buena comunicación empresarial.

2. Sistemas informáticos de planificación de recursos empresariales

- 2.1 ERP:
- 2.2 ¿En qué consiste y qué hace un ERP?
- 2.3 Cómo implantar eficazmente un ERP en una empresa.
- 2.4 Ventajas y desventajas de los sistemas ERP.
- 2.5 ¿ERP o programas de gestión?
- 2.6 Principales ERP disponibles en el mercado.

3. Sistemas de intercambio de información

- 3.1 Comunicación con proveedores y clientes:
- 3.2 Sistemas de intercambio de información en la empresa.
- 3.3 Redes de intercambio de información en la empresa.
- 3.4 Comunicación e intercambio de información con clientes y proveedores:
- 3.5 Sistemas de gestión documental.
- 3.6 Cómo mejorar la comunicación con los proveedores.
- 3.7 Cómo mejorar la comunicación con los clientes:
- 3.8 Cómo comunicarse y fidelizar clientes a través del e-mail.
- 3.9 Intercambio de información entre empresa.

4. Analítica web

- 4.1 ¿Qué es la analítica web?
- 4.2 Marcar objetivos y medirlos:
- 4.3 Objetivos estratégicos de negocio.
- 4.4 Objetivos específicos.
- 4.5 KPI claves para cumplir los objetivos.
- 4.6 Herramientas de analítica web.
- 4.7 Analítica web y posicionamiento SEO:
- 4.8 ¿Qué métricas debemos medir para evaluar la estrategia de posicionamiento SEO?
- 4.9 Medición en los medios sociales:
- 4.10 Indicadores a tener en cuenta en el análisis de los medios sociales.
- 4.11 Herramientas que facilitan el análisis de los medios sociales.

5. Business intelligence

- 5.1 Business intelligence:
- 5.2 Principales herramientas de business intelligence:
- 5.3 Cuadro de mando integral.
- 5.4 Cuadro de mando operativo.
- 5.5 Sistemas de soporte a la decisión (DSS).
- 5.6 Bases de datos utilizadas en business intelligence: datawarehouse.
- 5.7 Arquitectura de las soluciones de business intelligence.
- 5.8 Principales herramientas de business intelligence.

6. Big data

- 6.1 Big data:
- 6.2 La importancia de la calidad de los datos en el big data.
- 6.3 ¿Cómo se construye un plan de gobernabilidad de datos?
- 6.4 Estructura y procedencia de los datos.
- 6.5 Transformación y almacenamiento de datos.
- 6.6 El análisis de datos en big data.
- 6.7 Beneficios del big data para las empresas.