

Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico

E M D M D C E



Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico

Idioma: Español

Modalidad: Online

Duración: 12 meses

Acreditación: TECH - Universidad Tecnológica

Horas lectivas: 1.500 h.

Dirigido a: Titulados superiores y
profesionales con experiencia
demostrable en áreas comerciales,
ventas, marketing y similares.

Acceso web: www.techitute.com/escuela-de-negocios/Máster/Máster-direccion-marketing-digital-comercio-electronico

Índice

01	02	03	04
Bienvenida	¿Por qué estudiar en TECH?	¿Por qué nuestro EMDMDCE?	Metodología docente
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 4</i>	<i>pág. 6</i>	<i>pág. 10</i>	<i>pág. 14</i>
05	06	07	08
Objetivos	Estructura y contenido	Perfil de nuestros alumnos	Impacto para tu carrera
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 22</i>	<i>pág. 26</i>	<i>pág. 38</i>	<i>pág. 42</i>
09	10	11	12
Beneficios para tu empresa	Career services	Empresas colaboradoras	Titulación
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 46</i>	<i>pág. 50</i>	<i>pág. 54</i>	<i>pág. 58</i>

01 Bienvenida

El mundo digital tiene fuerte presencia en todos los ámbitos de nuestras vidas. Y, como no podía ser de otra manera, ha cambiado de manera considerable la forma de ver y gestionar los negocios, ya que las ventas online crecen cada vez más.

Por ello, es importante trasladar las técnicas publicitarias y de marketing a la era digital, lo que hace necesario que emprendedores y profesionales del sector se especialicen en este ámbito.

Uno de los objetivos principales de este Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico de TECH es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, éste es tu sitio.





“

La figura del directivo recto, inflexible y autoritario ha quedado obsoleta. Ha surgido un nuevo perfil, mucho más acorde con las nuevas tendencias y que destaca por tener conocimientos tecnológicos, practicar la escucha activa con sus trabajadores y ser autocrítico con su trabajo”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Somos una escuela de negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional, de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

Tener experiencia internacional, compromiso ético y visión de negocio son algunas de las características más demandadas en los futuros directivos”

En TECH - Universidad Tecnológica



Innovación

Te ofrecemos un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional.

“Caso de Éxito Microsoft Europa”, por incorporar en nuestros programas el novedoso sistema de multivideo interactivo. Además, nuestro equipo recibió el “Premio Emprendedor” en el Congreso Mundial Expoelearning 2010, el evento de e-learning más importante en habla hispana.



Máxima exigencia

Nuestro criterio de admisión no es económico. No necesitas 100.000 US\$ para estudiar con nosotros. Eso sí, para titularte con TECH pondremos al límite tu inteligencia y tu capacidad para resolver problemas. Nuestro listón académico está muy alto...

65 %

“En TECH, más del 65% de nuestros alumnos finaliza sus estudios de forma satisfactoria”



Networking

Te ofrecemos un entorno incomparable para realizar un intercambio de conocimiento y un networking de alta calidad.

38.000

directivos formados cada año

23

nacionalidades distintas



Empowerment

Crece de la mano de las mejores empresas y profesionales de gran prestigio e influencia. Hemos desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de Europa y América.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Te brindamos un espacio donde intercambiar ideas, experiencias y reflexiones entre ejecutivos, profesionales, emprendedores y líderes de opinión.

150.000

egresados

400

e-seminarios
anuales

40

grupos de
investigación.



Contexto Multicultural

Comparte con nosotros una experiencia única. Estudiarás en un contexto multicultural. En un programa con visión global.

+ 35

nacionalidades



Aprende con los mejores

Nuestro equipo docente explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico.

+ 3.000 profesores
+ 20 nacionalidades
53% PhD doctorados en prestigiosas universidades



Análisis

Pero, sobre todo, exploramos tu lado crítico, tu capacidad de cuestionarte las cosas, tu competencia en resolución de problemas, tus habilidades interpersonales.

Lo que nos hace únicos



Misión

Nuestra misión es estimular el desarrollo profesional de los líderes y directivos del futuro, impulsando sus capacidades y competencias en un entorno empresarial real y constructivo.



Visión

La visión del TECH - Universidad Tecnológica es la de constituir un entorno de aprendizaje innovador, riguroso y de referencia internacional capaz de transmitir valores que inspiren la transformación y el cambio empresarial a modelos creativos y socialmente responsables.

Nuestros valores



- ♦ Innovación y creatividad
- ♦ Excelencia
- ♦ Espíritu de superación
- ♦ Compromiso social
- ♦ Exclusividad y liderazgo
- ♦ Pasión



Potenciamos tu talento. Aumentamos tu creatividad. Te situamos a la vanguardia directiva"

03

¿Por qué nuestro **EMDM DCE** ?

Realizar el Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico de TECH supone multiplicar tus posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que te abre las puertas a un futuro prometedor. Aprenderás de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente. Tenemos el temario más completo. Sumamos la metodología docente más eficaz y flexible. Este Executive Máster es tu mejor opción”

12 | ¿Por qué nuestro EMDMDCE?

Este Executive Máster te aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas destacamos las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a tu carrera

Te brindamos la oportunidad de tomar las riendas de tu futuro y desarrollar todo tu potencial.

*El 68% de los participantes del **Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico** logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.*

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

Te ofrecemos una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Según la multinacional Hays, tener una visión global de la empresa mejora la eficiencia.

03

Acceder a la alta gestión empresarial

Te abrimos las puertas a un panorama profesional a tu altura como directivo de alto nivel con una amplia visión del entorno internacional.

Durante el Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Te mostramos las últimas tendencias, avances, trucos y estrategias para llevar a cabo tu labor profesional en un entorno cambiante.

El 27% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna tras el programa.

05

Tener acceso a una potente red de contactos

Te relacionamos con personas como tú. Con tus mismas inquietudes y ganas de crecer. Comparte socios, clientes o proveedores.

El 40 % de las ofertas recibidas por nuestros alumnos procede del networking.

06

Desarrollar tu proyecto de empresa de forma rigurosa

Obtendrás una profunda visión estratégica que te ayudará a desarrollar tu propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

Cerca del 10 % de nuestros alumnos consigue llevar a cabo su propio proyecto empresarial tras finalizar el Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico.

07

Mejorar tus soft skills y habilidades directivas

Te ayudamos a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en tus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

El 87 % de nuestros antiguos alumnos ha mejorado sus habilidades de comunicación y liderazgo.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

Te brindamos una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo, la comunidad TECH - Universidad Tecnológica.

En TECH - Universidad Tecnológica contamos con más de 3.000 profesores, más de 500 acuerdos con empresas a nivel internacional y 150.000 antiguos alumnos

04

Metodología docente

Nuestro Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades directivas. Nuestro objetivo es afianzar tus competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.



“

Nuestra escuela es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración”

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Nuestro Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades directivas. Nuestro objetivo es afianzar tus competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia. Para ello, nos basamos en los *case studies* de la HBS.

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el *método del caso*, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo de estos meses, te enfrentarás a múltiples casos reales de alta dirección. Deberás integrar todos tus conocimientos, trabajar en equipo, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Nuestra escuela es la primera en el mundo que combina los *case studies* de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje **100% online** basado en la reiteración, que combina 8 elementos diferentes que suponen una evolución con respecto al simple estudio y análisis de casos.

Es el propio alumno el que va construyendo su competencia profesional a través de diferentes modelos pedagógicos como el de Roger Schank (Learning by doing, Stanford, Yale) o el de George Kember (Design Thinking, d.school, Stanford), y se convierte en protagonista activo de su proceso de enseñanza-aprendizaje.

Nos basamos en los case studies de la Harvard Business School.



“El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales”

Relearning Methodology



Potenciamos los "case studies" de la HBS con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning

“*En 2015 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online de América Latina*”

La puntuación global que obtiene nuestro sistema de aprendizaje es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales

...con un itinerario formativo personalizado y guiado por expertos...

Una metodología vanguardista para formar a los directivos del futuro

Esta metodología, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina **Relearning**. Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2015 hemos conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en habla hispana.

En nuestro **Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico** el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprendemos – desaprendemos – olvidamos – y reaprendemos). Por eso combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

Con esta metodología **hemos formado a más de 150.000 graduados universitarios** con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 42 años.

El **Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico** se presenta como una acción formativa que favorece la conexión, el aprendizaje, la participación y la construcción del conocimiento.

Emprenderás con nosotros un itinerario formativo con una **orientación eminentemente práctica, activa y participativa**.

Cada alumno tiene asignado un **mentor personal** que vela por el idóneo aprovechamiento del programa.

En aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, contarás con un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

“

Nuestro sistema te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje adaptándolo a tus horarios. Podrá acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo con conexión a internet (ordenador, tablet, smartphone)”



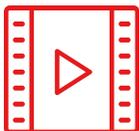


A partir de la **última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia**, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina **Neurocognitive context-dependent e-learning**, los diferentes elementos de nuestro **Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico** están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

y todo ello con los mejores materiales de aprendizaje a la vanguardia tecnológica y pedagógica.

En el Executive Máster en Dirección de marketing digital y comercio electrónico de TECH - Universidad Tecnológica tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti



Material de estudio

Tras un complejo proceso de producción, transformamos los mejores contenidos a formato multimedia de alta calidad pedagógica y audiovisual.

Seleccionamos y ponemos a tu disposición **el mejor temario**. Todo lo que necesitas para conocer en profundidad esta disciplina, de la A a la Z.

Lecciones redactadas y escogidas por altos directivos especialistas en cada una de las materias.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado **Learning from an expert** afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



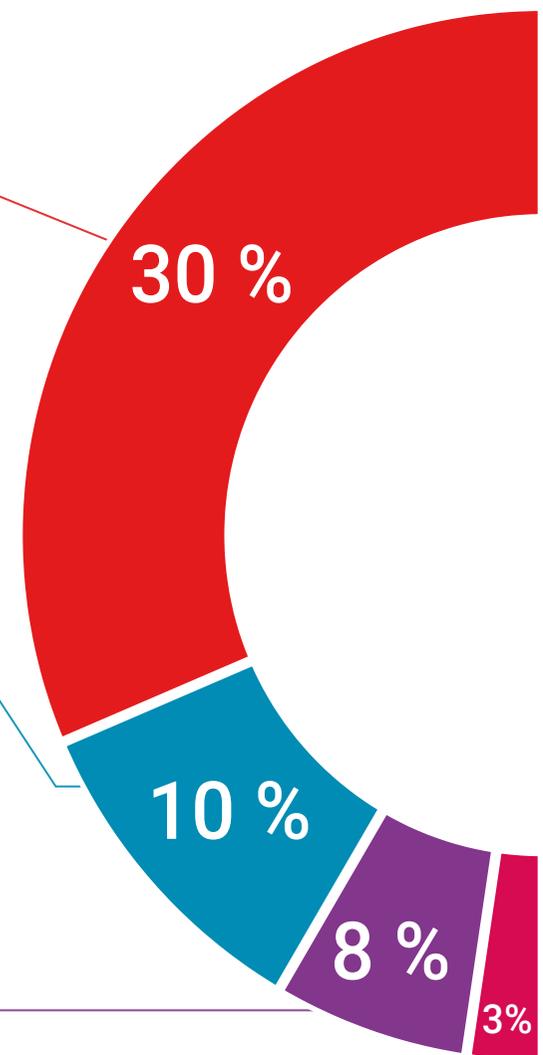
Prácticas de habilidades directivas

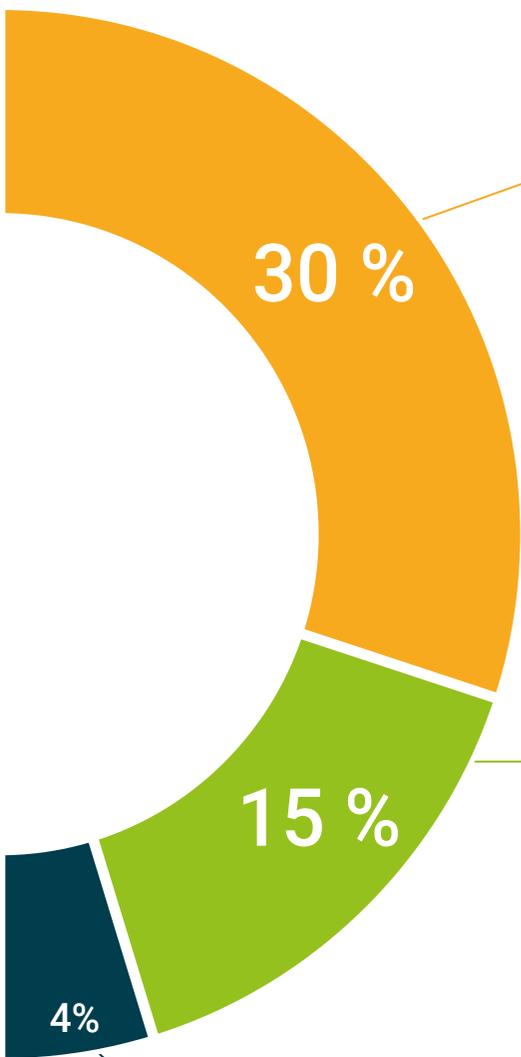
Realizarás actividades de desarrollo de **competencias directivas específicas en cada área temática**. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... en nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu formación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *business cases* que se emplean en la **Harvard Business School**. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo de formación para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por **Microsoft** como **"Caso de éxito en Europa"**.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del **Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico**. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



05 Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



“

Uno de nuestros objetivos fundamentales es ayudarte a desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial”

Tus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos

El Executive Máster en Dirección de marketing digital y comercio electrónico te capacitará para:

01

Estructurar un modelo de negocio en torno al comercio electrónico.

03

Desarrollar técnicas y estrategias en el entorno digital asociado al marketing, las ventas y la comunicación para establecer canales de captación, atracción y fidelización de usuarios.



02

Descubrir las nuevas herramientas digitales para adquirir clientes y reforzar su marca.

04

Entender el nuevo paradigma de comunicación digital.

05

Liderar con éxito a equipos de marketing y ventas parcial o totalmente digitalizados.

07

Desarrollar un plan de marketing digital sólido y completo para la organización.



06

Gestionar a proveedores digitales de manera óptima con capacidad para poder escoger, controlar y exigir de manera eficiente.

06

Estructura y contenido

El Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico de TECH - Universidad Tecnológica es un programa a tu medida que se imparte en formato 100 % online para que elijas el momento y lugar que mejor se adapte a tu disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de **12 meses** y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para tu éxito como Director de Marketing Digital.



“

Lo que estudias es muy importante. Las destrezas y competencias que adquieres son lo fundamental. No encontrarás un temario más completo que este, créenos...”

Plan de estudios

El **Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico** de **TECH - Universidad Tecnológica** es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito del comercio electrónico y la gestión del marketing en entornos digitales. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional, ayudándote a conseguir el éxito.

El contenido del **Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico** está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de **1.500 horas** de formación, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Executive Máster trata en profundidad el mundo digital, el marketing en dicho entorno y la instauración del comercio electrónico en las empresas, y está diseñado para formar a directivos que entiendan el Marketing digital y el comercio electrónico desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para ti, enfocado a tu mejora profesional y que te prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende tus necesidades y las de tu empresa, mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que te otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este Executive Máster se desarrolla a lo largo de **12 meses** y se divide en cuatro grandes bloques:

Bloque 1

e-Estrategia

Módulo 1

Marketing digital y Comercio electrónico

Módulo 2

Digital marketing strategy

Módulo 3

Inbound marketing

Módulo 4

Iniciativa emprendedora

Bloque 2

e-Business

Módulo 5

Performance marketing

Módulo 6

Marketing en buscadores y *search engine optimization* (SEO)

Módulo 7

Search engine marketing (SEM)

Módulo 8

Optimización de la conversión

Bloque 3

e-Environment

Módulo 9

Social media y community management

Módulo 10

Diseño, usabilidad y experiencia de usuario

Módulo 11

Mobile e-commerce

Bloque 4

e-Data

Módulo 12

Analítica web y *marketing analytics*

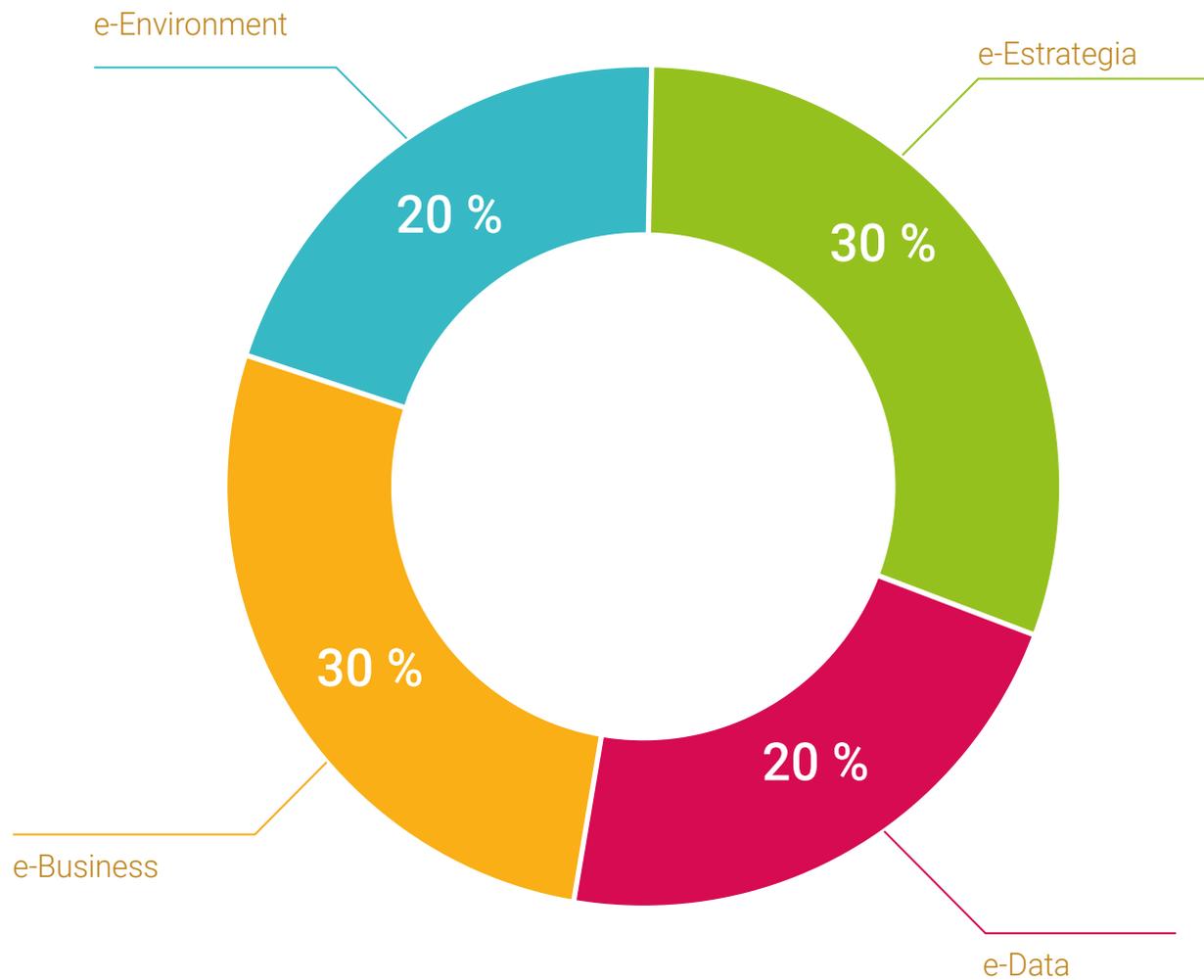
Módulo 13

Data Science and Big Data

Módulo 14

Ecommerce y shopify

La distribución de estudio de las diferentes materias es la siguiente:



Dónde, cuándo y cómo se imparte

Este Executive Máster se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en dos semestres. Puedes realizarlo totalmente online, incluso asistiendo a nuestros talleres y conferencias virtuales.



Bloque 1. e-Estrategia

Módulo 1. *Marketing digital y del comercio electrónico***1.1. Marketing digital y comercio electrónico**

- 1.1.1. Economía digital y *sharing economy*.
- 1.1.2. Tendencias y cambios sociales en los consumidores.
- 1.1.3. Transformación digital de las empresas tradicionales.
- 1.1.4. Roles del *Chief Digital Officer*.

1.2. Estrategia digital

- 1.2.1. Segmentación y posicionamiento en el contexto competitivo.
- 1.2.2. Nuevas estrategias de marketing de productos y servicios.
- 1.2.3. *From Innovation to Cash Flow*.

1.3. Estrategia tecnológica

- 1.3.1. Conceptos básicos sobre desarrollo Web.
- 1.3.2. *Hosting y cloud computing*.
- 1.3.3. Gestores de Contenido (CMS).
- 1.3.4. Formatos y medios digitales.
- 1.3.5. Plataforma tecnológicas de *e-commerce*.

1.4. Regulación digital

- 1.4.1. Políticas de privacidad y LOPD.
- 1.4.2. Usurpación de perfiles y seguidores falsos.
- 1.4.3. Aspectos legales del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital.

1.5. Investigación de mercados online

- 1.5.1. Herramientas de investigación cuantitativas en mercados online.
- 1.5.2. Herramientas de investigación cualitativas dinámicas de los clientes.

1.6. Agencias, medios y canales online

- 1.6.1. Agencias integrales, creativas y online.
- 1.6.2. Medios tradicionales y nuevos medios.
- 1.6.3. Canales online.
- 1.6.4. Otros players digitales.

Módulo 2. *Digital marketing strategy***2.1. *Managing digital business***

- 2.1.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios.
- 2.1.2. Diseño y creación de un plan de marketing digital.
- 2.1.3. Planificación y contratación de medios digitales.
- 2.1.4. Análisis del ROI en un plan de marketing digital.

2.2. Marketing digital para reforzar la marca

- 2.2.1. *Branded Content & Storytelling*.
- 2.2.2. Hipersegmentación.
- 2.2.3. Videomarketing.
- 2.2.4. Social sales.

2.3. Definir la estrategia del marketing digital

- 2.3.1. *Closed Loop Marketing*.
- 2.3.2. *Continuous Loop Marketing*.
- 2.3.3. *Multichannel Marketing*.

2.4. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

- 2.4.1. Hipersegmentación y Microlocalización.
- 2.4.2. Estrategias de fidelización y vinculación a través de internet.
- 2.4.3. *Visitor Relationship Management*.

2.5. Tendencias en el marketing digital

- 2.5.1. *Remarketing*.
- 2.5.2. *Digital Neuromarketing*.
- 2.5.3. *Avatar marketing*.
- 2.5.4. *Bluecasting*.

2.6. Gestión de campañas digitales

- 2.6.1. *Display advertising y rich media*.
- 2.6.2. Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización.
- 2.6.3. Publicidad en Televisión Digital.

2.7. Plan de *marketing online*

- 2.7.1. Investigación online.
- 2.7.2. Creación del plan de marketing online.
- 2.7.3. Configuración y activación.
- 2.7.4. Lanzamiento y gestión.

2.8. *Blended marketing*

- 2.8.1. Integrando acciones *on* y *off*.
- 2.8.2. Personalizar y segmentar.
- 2.8.3. Mejorar la experiencia de usuario.

Módulo 3. *Inbound marketing***3.1. Definición del *inbound marketing***

- 3.1.1. *Inbound marketing* efectivo.
- 3.1.2. Beneficios del *inbound marketing*.
- 3.1.3. Medir el éxito de *inbound marketing*.

3.2. Investigación del target

- 3.2.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer Personas*.
- 3.2.2. *Customer Journey Mapping*.
- 3.2.3. *Content strategy*.

3.3. Optimización de contenidos

- 3.3.1. Optimización de contenidos para buscadores.
- 3.3.2. Reciclado y mejora de contenidos.

3.4. Generación de contenidos

- 3.4.1. *User & Brand Generated Content*.
- 3.4.2. Oportunidad *Blogging*.
- 3.4.3. Video y otros formatos.

3.5. Dinamización de contenidos

- 3.5.1. *Influencers*.
- 3.5.2. *Blogger outreach*.
- 3.5.3. *Paid content seeding*.

3.6. Conversión

- 3.6.1. *Lead capturing & CRO*.
- 3.6.2. *Lead nurturing & Marketing automation*.

Módulo 4. *Iniciativa emprendedora***4.1. Metodología de innovación y sociedad del conocimiento**

- 4.1.1. *Design Thinking*.
- 4.1.2. La estrategia del Océano Azul.
- 4.1.3. Innovación colaborativa.
- 4.1.4. *Open innovation*.

4.2. Inteligencia estratégica de la innovación

- 4.2.1. Vigilancia tecnológica.
- 4.2.2. Prospectiva tecnológica.
- 4.2.3. *Coolhunting*.

4.3. *Entrepreneurship & innovation*

- 4.3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio.
- 4.3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos.
- 4.3.3. *Innovation management systems*.
- 4.3.4. Habilidades *soft* de un emprendedor.

4.4. *Project management*

- 4.4.1. *Agile Development*.
- 4.4.2. *Lean Management* en Startups.
- 4.4.3. *Project tracking and project steering*.

4.5. *Business plan*

- 4.5.1. *Business Plan* en la era digital.
- 4.5.2. *Value Proposition Model*.

4.6. Financiación de startups

- 4.6.1. Fase de *Seed*: FFF y Subvenciones.
- 4.6.2. Fase de *Startup*: Business Angels.
- 4.6.3. Fase de *Growth*: *Venture Capital*.
- 4.6.4. Fase de Consolidación: IPO.

Bloque 2. e-Business

Módulo 5. *Performance marketing***5.1. Permission marketing**

- 5.1.1. Cómo obtener el permiso del usuario.
- 5.1.2. Personalización del mensaje.
- 5.1.3. Confirmación de correo o Doble *Opt-in*.

5.2. Estrategia y técnicas de performance

- 5.2.1. Performance Marketing: resultados.
- 5.2.2. Mix de medios en digital.
- 5.2.3. La importancia del funnel.

5.3. Marketing programático y rtb

- 5.3.1. RTB: planificación y compra en tiempo real.
- 5.3.2. Ecosistema de la compra programática.
- 5.3.3. Cómo integrar el RTB en el mix de medios.
- 5.3.4. Claves del RTB en los diferentes dispositivos.

5.4. Desarrollo de campañas de afiliación

- 5.4.1. Agencias y programas de afiliación.
- 5.4.2. *Postview*.
- 5.4.3. *Diseño de programas de afiliación*.

5.5. Lanzamiento de un programa de afiliados

- 5.5.1. Redes de afiliación y afiliación directa.
- 5.5.2. Seguimiento y análisis de resultado.
- 5.5.3. Control del fraude.

5.6. Desarrollo de campañas de emailing

- 5.6.1. Diseño de campañas de *E-mail marketing*.
- 5.6.2. *E-mail marketing*.
- 5.6.3. Listas de suscriptores, leads y clientes.

5.7. Herramientas y recursos en email marketing

- 5.7.1. Acumbamail.
- 5.7.2. Mailchimp.
- 5.7.3. Plantillas.
- 5.7.4. *Inbox Inspection*.

5.8. Redacción online para campañas de email marketing

- 5.8.1. Cómo crear buenos titulares.
- 5.8.2. Redactar contenidos para newsletters.
- 5.8.3. Las llamadas a la acción en las *newsletters*.

5.9. Display y optimización de campañas

- 5.9.1. Publicidad, comunicación persuasiva.
- 5.9.2. *Behavioral Targeting*, *Re-Targeting*, *Re-Messaging*.
- 5.9.3. La afiliación.
- 5.9.4. Preparación de campañas.

5.10. Métricas en email marketing

- 5.10.1. Métricas de listas.
- 5.10.2. Métricas de envíos de newsletter.
- 5.10.3. Métricas de conversión.

Módulo 6. *Marketing en buscadores y search engine optimization (SEO)***6.1. Funcionamiento de los buscadores**

- 6.1.1. Indicadores e índices.
- 6.1.2. Algoritmos.
- 6.1.3. SEO y branding corporativo.

6.2. Variables fundamentales SEO

- 6.2.1. Indexabilidad.
- 6.2.2. Contenido.
- 6.2.3. Popularidad.

6.3. Análisis SEO

- 6.3.1. Determinación de las KPI.
- 6.3.2. Generación de *scripts* y alertas.
- 6.3.3. Optimización de imágenes, vídeos y otros elementos.

6.4. Linkbuilding

- 6.4.1. Formas de hacer linkbuilding efectivo.
- 6.4.2. *Link baiting*.
- 6.4.3. Auditorías de enlaces.
- 6.4.4. Penalizaciones.

6.5. App store optimization

- 6.5.1. *App Indexing*.
- 6.5.2. Visibilidad de apps en los buscadores.
- 6.5.3. Medición de la visibilidad de apps buscadores.

6.6. SEO técnico

- 6.6.1. Web Performance Optimization.
- 6.6.2. Real Time y contenido.
- 6.6.3. Etiquetado y headers relevantes.
- 6.6.4. Técnicas avanzadas de WPO.

6.7. SEO y e-commerce

- 6.7.1. *Conversion Rate Optimization*.
- 6.7.2. Google WebMáster Tools.
- 6.7.3. *Social Proof* y viralización.
- 6.7.4. Navegación e indexabilidad.

6.8. Integración en el plan de marketing online

- 6.8.1. Métricas e impacto.
- 6.8.2. Web analytics.
- 6.8.3. Otras herramientas de monitorización.

Módulo 7. *Search engine marketing* (SEM)**7.1. Keyword hunting para SEM**

- 7.1.1. Adwords Keyword Tool.
- 7.1.2. Google Suggest.
- 7.1.3. *Insights for Search*.
- 7.1.4. GoogleTrends.

7.2. SEM y google adwords

- 7.2.1. *Google Shopping*.
- 7.2.2. *Google Display Network*.
- 7.2.3. *Google AdWords Mobile*.
- 7.2.4. Publicidad en YouTube.

7.3. Google products

- 7.3.1. *Google Products* integrado en Adwords.
- 7.3.2. *Product Extensions vs Product Ads*.
- 7.3.3. *Google Shopping y Local*.
- 7.3.4. *Google Merchant*.

7.4. Pay per clic y SEM

- 7.4.1. *Search y Display*.
- 7.4.2. Creación Campañas PPC.
- 7.4.3. *Tracking* de Conversiones.

7.5. Facebook ads

- 7.5.1. Anuncios de PPC/PPF (pay per fan).
- 7.5.2. Facebook Ads creación.
- 7.5.3. Facebook Power Editor.
- 7.5.4. Optimización de campañas.

7.6. Otras plataformas PPC

- 7.6.1. Twitter Ads.
- 7.6.2. LinkedIn.
- 7.6.3. Baldu.
- 7.6.4. Yandex.

7.7. Estrategia en SEM

- 7.7.1. *Quality score*.
- 7.7.2. Pujas CPC.
- 7.7.3. Site links.

7.8. Medición en SEM

- 7.8.1. KPI's.
- 7.8.2. Impresiones, clicks, conversiones.
- 7.8.3. Revenue, ROI, CPA.

Módulo 8. *Optimización de la conversión***8.1. Introducción a *conversion rate optimization***

- 8.1.1. Ciclo de compra y elementos de la conducta online.
- 8.1.2. Fundamentos de Neuromarketing.
- 8.1.3. Usabilidad vs persuasión.

8.2. Metodología de CRO

- 8.2.1. Método científico.
- 8.2.2. Pirámide de conversión.
- 8.2.3. El Proceso de CRO.

8.3. Analítica web y CRO

- 8.3.1. Analítica cualitativa.
- 8.3.2. Análisis de comportamientos.
- 8.3.3. Objetivos de negocio y de usuario.

8.4. *User experience* y *conversion rate optimization*

- 8.4.1. Lean y experiencia de usuario.
- 8.4.2. *Wireframing*.
- 8.4.3. Copy persuasivo.

8.5. Psicología y CRO

- 8.5.1. Neuromarketing.
- 8.5.2. Diseño web y neuromarketing.
- 8.5.3. Aprendizaje, memoria y emociones.

8.6. Economía conductual

- 8.6.1. Factores de decisión.
- 8.6.2. Motivación y anclaje.
- 8.6.3. El papel del inconsciente.

8.7. Experimentación en CRO

- 8.7.1. A/B vs Multivariados.
- 8.7.2. Herramientas de testing.
- 8.7.3. Implementación y ejecución.

8.8. CRO en e-commerce

- 8.8.1. e-commerce y CRO.
- 8.8.2. El Embudo del e-commerce.
- 8.8.3. Procesos a optimizar.

Bloque 3. e-Environment

Módulo 9. *Social media y community management***9.1. Web 2.0 o web social**

- 9.1.1. La organización en la era de la conversación.
- 9.1.2. La web 2.0 son las personas.
- 9.1.3. Nuevos entornos, nuevos contenidos.

9.2. Comunicación y reputación digital

- 9.2.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online.
- 9.2.2. Informe de reputación online.
- 9.2.3. netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales.
- 9.2.4. *Branding y networking 2.0.*

9.3. Plataformas generalistas, profesionales y *microblogging*

- 9.3.1. Facebook.
- 9.3.2. LinkedIn.
- 9.3.3. Google +
- 9.3.4. Twitter.

9.4. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad

- 9.4.1. Youtube.
- 9.4.2. Instagram.
- 9.4.3. Flickr.
- 9.4.4. Vimeo.
- 9.4.5. Pinterest.

9.5. *Blogging* corporativo

- 9.5.1. Cómo crear un blog.
- 9.5.2. Estrategia de marketing de contenidos.
- 9.5.3. Cómo crear un plan de contenidos para tu blog.
- 9.5.4. Estrategia de curación de contenidos.

9.6. Estrategias en social media

- 9.6.1. El plan de comunicación corporativa 2.0.
- 9.6.2. Las relaciones públicas corporativas y el social media.
- 9.6.3. Análisis y evaluación de resultados.

9.7. *Community management*

- 9.7.1. Funciones, tareas y responsabilidades del *Community manager*.
- 9.7.2. *Social Media Manager*.
- 9.7.3. *Social Media Strategist*.

9.8. *Social media plan*

- 9.8.1. Diseño de un plan de social media.
- 9.8.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio.
- 9.8.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis.

Módulo 10. *Diseño, usabilidad y experiencia de usuario***10.1. Diseño UX**

- 10.1.1. Arquitectura de información.
- 10.1.2. SEO y Analítica para UX.
- 10.1.3. *Landing pages*.

10.2. Términos técnicos del diseño UX

- 10.2.1. *Wireframe* y componentes.
- 10.2.2. Patrón de interacción y flujo de navegación.
- 10.2.3. Perfil de usuario.
- 10.2.4. Proceso y embudo de proceso.

10.3. Investigación

- 10.4.1. Investigación en proyectos de diseño de interfaz.
- 10.4.2. Enfoque cualitativo y cuantitativo.
- 10.3.3. Comunicar los resultados de la investigación.

10.4. *Digital design*

- 10.4.1. Prototipo digital.
- 10.4.2. *Axure* y *Responsive*.
- 10.4.3. Diseño de interacción y diseño visual.

10.5. *User experience*

- 10.5.1. Metodología de diseño centrado en el usuario.
- 10.5.2. Técnicas de investigación de usuario.
- 10.5.3. Implicar al cliente en el proceso.
- 10.5.4. *Shopping experience management*.

10.6. Diseñando la estrategia de experiencia de usuario

- 10.6.1. Árboles de contenido.
- 10.6.2. Wireframes de alta fidelidad.
- 10.6.3. Mapas de componentes.
- 10.6.4. Guías de usabilidad.

10.7. Evaluación de la usabilidad

- 10.7.1. Técnicas de evaluación de la usabilidad.
- 10.7.2. Visualización de datos.
- 10.7.3. Presentación de datos.

10.8. *Customer value & customer experience management*

- 10.8.1. Uso de narrativas y *storytelling*.
- 10.8.2. El Co-Marketing como estrategia.
- 10.8.3. Gestión del Content Marketing.
- 10.8.4. El retorno de la inversión de la gestión de la experiencias del cliente.

Módulo 11. *Mobile e-commerce***11.1. Mobile marketing**

- 11.1.1. Nuevos hábitos de consumo y movilidad.
- 11.1.2. Modelo SoLoMo.
- 11.1.3. Las 4 Ps del Marketing Mix en movilidad.

11.2. Tecnología móvil

- 11.2.1. Operadores móviles.
- 11.2.2. Dispositivos móviles y sistemas operativos.
- 11.2.3. Aplicaciones móviles y webapps.
- 11.2.4. Sensores e integración con el mundo físico.

11.3. Tendencias en mobile marketing

- 11.3.1. *Mobile publishing*.
- 11.3.2. *Advergaming* y *Gammification*.
- 11.3.3. Geolocalización Mobile.
- 11.3.4. Realidad aumentada.

11.4. Comportamiento de los usuarios móviles

- 11.4.1. Nuevos hábitos de búsqueda en los dispositivos móviles
- 11.4.2. *Multi-Screen*.
- 11.4.3. El móvil como motor de compra.
- 11.4.4. ASO, captación y fidelización de usuarios mobile.

11.5. Interfaz de usuario y experiencia de compra

- 11.5.1. Reglas y plataformas de m-Commerce.
- 11.5.2. *Omnichannel*.
- 11.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*.
- 11.5.4. Gap entre consumidor y anunciante.
- 11.5.5. Gestores de contenido en mobile commerce.

11.6. Apps y compras

- 11.6.1. Diseñando Apps *Mobile commerce*.
- 11.6.2. Apps store.
- 11.6.3. App marketing para fidelización de clientes.
- 11.6.4. App marketing para comercio electrónico.

11.7. Pagos móviles

- 11.7.1. Cadena de valor y modelos de negocio de los métodos de pagos móviles.
- 11.7.2. Claves para mejorar la UX en el pago móvil.
- 11.7.3. Estrategias de posicionamiento en el mercado de los pagos móviles.
- 11.7.4. Gestión del fraude.

11.8. Analítica móvil

- 11.8.1. Metodologías de medición y análisis móvil.
- 11.8.2. Métricas en Mobile: principales KPIs.
- 11.8.3. Análisis de rentabilidad.
- 11.8.4. Mobile analytics.

11.9. Mobile commerce

- 11.9.1. Servicios.
- 11.9.2. Aplicaciones.
- 11.9.3. *Mobile social shopping*.

11.10. Mobile social media applications

- 11.10.1. Integración del móvil en Redes Sociales.
- 11.10.2. Movilidad, relación, ubicuidad y publicidad.
- 11.10.3. Facebook Places.
- 11.10.4. Geolocalización, directorios móviles, recomendaciones on-line y compra.

Bloque 4. e-Data

Módulo 12. *Analítica web y marketing analytics***12.1. Análisis web**

- 12.1.1. Fundamentos de la analítica web.
- 12.1.2. Medios clásicos vs medios digitales.
- 12.1.3. Metodología de base del analista web.

12.2. Google analytics

- 12.2.1. Configuración de una cuenta.
- 12.2.2. Tracking API Javascript.
- 12.2.3. Informes y segmentos personalizados.

12.3. Análisis cualitativo

- 12.3.1. Técnicas de investigación aplicadas en analítica web.
- 12.3.2. *Customer journey*.
- 12.3.3. *Purchase funnel*.

12.4. Métricas digitales

- 12.4.1. Métricas básicas.
- 12.4.2. Ratios.
- 12.4.3. Establecimiento de objetivos y KPIs.

12.5. Captación y marketing analytics

- 12.5.1. ROI.
- 12.5.2. ROAS.
- 12.5.3. CLV.

12.6. Áreas de análisis de una estrategia

- 12.6.1. Captación de tráfico.
- 12.6.2. Activación.
- 12.6.3. Conversión.
- 12.6.4. Fidelización.

12.7. Data Science & Big Data

- 12.7.1. *Business Intelligence*.
- 12.7.2. Metodología y análisis de grandes volúmenes de datos.
- 12.7.3. Extracción, tratamiento y carga de datos.

12.8. Application programming interface (API)

- 12.8.1. APIs y Google Analytics.
- 12.8.2. *Query Explorer*.
- 12.8.3. *Supermetrics Functions*.

12.9. Visualización de datos

- 12.9.1. Visualización e interpretación de dashboards.
- 12.9.2. Transformación del dato en valor.
- 12.9.3. Integración de fuentes.
- 12.9.4. Presentación de informes.

12.10. Herramientas de analítica web

- 12.10.1. Base tecnológica de una herramienta de AW.
- 12.10.2. Logs y Tags.
- 12.10.3. Etiquetado básico y adhoc.

Módulo 13. *Data Science and Big Data***13.1. Data science and Big Data**

- 13.1.1. Impacto de *Big Data* y *Data Science* en la estrategia de negocio.
- 13.1.2. Introducción a *Command Line*.
- 13.1.3. Problemas y soluciones de *Data Science*.

13.2. Lenguajes para Data hacking

- 13.2.1. Bases de Datos SQL.
- 13.2.2. Introducción a Python.
- 13.2.3. Programación en R.

13.3. Estadística

- 13.3.1. Introducción a la estadística.
- 13.3.2. Regresión lineal y logística.
- 13.3.3. PCA y clustering.

13.4. Machine learning

- 13.4.1. Selección de modelos y regularización.
- 13.4.2. Árboles y bosques aleatorios.
- 13.4.3. Procesamiento del lenguaje natural.

13.5. Big Data

- 13.5.1. *Hadoop*.
- 13.5.2. *Spark*.
- 13.5.3. Sistemas de recomendación y filtrado colaborativo.

13.6. Casos de éxito en Data Science

- 13.6.1. Segmentación de Clientes mediante el modelo RFM.
- 13.6.2. Aplicación de diseño de Experimentos.
- 13.6.3. *Supply Chain Value: Forecasting*.
- 13.6.4. *Business Intelligence*.

13.7. Arquitecturas híbridas en Big Data

- 13.7.1. Arquitectura Lambda.
- 13.7.2. Arquitectura Kappa.
- 13.7.3. Apache Flink e implementaciones prácticas.
- 13.7.4. Amazon Web Services.

13.8. Big Data en la nube

- 13.8.1. AWS: Kinesis.
- 13.8.2. AWS: DynamosDB.
- 13.8.3. Google Cloud Computing.
- 13.8.4. Google BigQuery.

Módulo 14. *e-Commerce y shopify***14.1. Digital e-Commerce management**

- 14.1.1. Nuevos modelos de negocio e-commerce.
- 14.1.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico.
- 14.1.3. Estructura tecnológica en e-commerce.

14.2. Operaciones y logística en el comercio electrónico

- 14.2.1. Cómo gestionar el fulfillment.
- 14.2.2. Gestión digital del punto de venta.
- 14.2.3. Contact center management.
- 14.2.4. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos.

14.3. Implementando técnicas de e-Commerce

- 14.3.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico.
- 14.3.2. Estrategia multichannel.
- 14.3.3. Personalización de Dashboards.

14.4. Digital pricing

- 14.4.1. Medios y pasarelas de pago online.
- 14.4.2. Promociones electrónicas.
- 14.4.3. Temporización digital de precios.
- 14.4.4. *e-Auctions*.

14.5. Del e-Commerce al m-Commerce y s-Commerce

- 14.5.1. Modelos de negocio de los e-marketplaces.
- 14.5.2. s-Commerce y experiencia de marca.
- 14.5.3. Compra a través de dispositivos móviles.

14.6. Customer intelligence: del e-CRM al s-CRM

- 14.6.1. Integración del consumidor en la cadena de valor.
- 14.6.2. Técnicas de investigación y fidelización online.
- 14.6.3. Planificación de una estrategia de gestión de la relación con el cliente.

14.7. Trade marketing digital

- 14.7.1. *Cross merchandising*.
- 14.7.2. Diseño y Gestión de Campañas en Facebook Ads.
- 14.7.3. Diseño y Gestión de Campañas en Google Adwords.

14.8. Marketing online para e-Commerce

- 14.8.1. *Inbound Marketing*.
- 14.8.2. Display y Compra Programática.
- 14.8.3. Plan de Comunicación.

El programa se complementa con

- Business Development Project
- Workshops
- Eventos de networking
- Webconferences
- Career coaching services
- Club de Emprendedores del TECH - Universidad Tecnológica

Semanas internacionales (opcionales)

Las semanas internacionales te permiten conocer de cerca estos tres ejes de la economía mundial, cómo es su entorno empresarial y qué oportunidades esconden.

Bogotá



México DF



Nueva York



Una experiencia de formación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo”

07

Perfil de nuestros alumnos

El Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico es un programa dirigido a profesionales del área comercial y de marketing que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de vender, entender el mercado digital, desarrollar técnicas para fidelizar a los clientes y dirigir equipos de venta en entornos online, así como avanzar en su carrera profesional.





“

Si tienes experiencia en marketing y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, éste es tu programa”

Edad media

Entre **35** y **45** años

Años de experiencia

+ 14 años **8,5 %**

12-13 años **13,8 %**

10-11 años **19,2 %**

8-9 años **27,7 %**

5 años **7,7 %**

6-7 años **23,1 %**



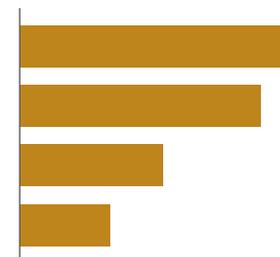
Formación

Empresariales **51 %**

Económicas **30 %**

Ingeniería **12 %**

Ciencias sociales **7 %**



Perfil académico

Banca comercial / Privada **20 %**

Consultoría **10 %**

Industria **13 %**

ONG / Entidades públicas **5 %**

Capital riesgo **5 %**

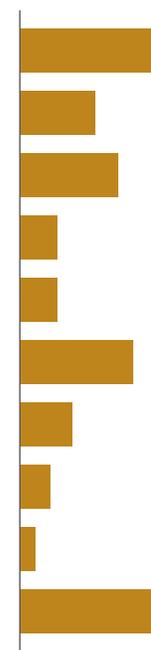
Energía / Construcción **15 %**

Transporte y automoción **7 %**

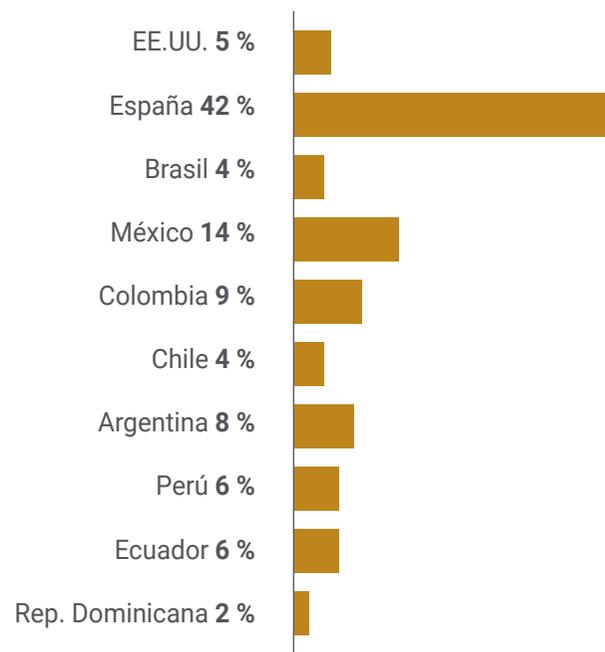
Banca / Bolsa **4 %**

Telecomunicaciones **2 %**

Otros **19 %**



Distribución geográfica



Sara María Urquiza

Social Media & Content Manager

“De este Experto Universitario destaco la capacidad de los docentes para transmitir y compartir los conocimientos de forma simple, precisa y ordenada. Con el equilibrio que logra entre teoría y práctica, el alumno termina adquiriendo las herramientas clave. Sin duda, es una inversión con grandes beneficios a corto plazo”

08

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional, y por supuesto, personal.

El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente.



“

Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional, ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo”

Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, el Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico te ayudará a conseguirlo.

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico de TECH - Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito del comercio electrónico y la gestión del marketing en entornos digitales. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional, ayudándote a conseguir el éxito.

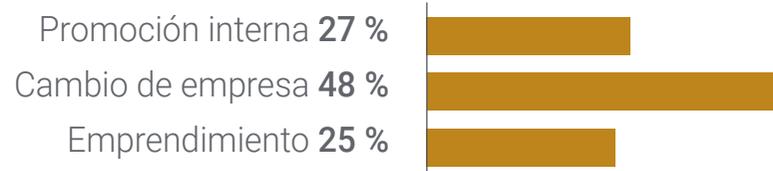
Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, éste es tu sitio.

No dejes pasar la oportunidad de formarte con nosotros y notarás cómo conseguirás la mejora que estabas buscando.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **30 %**.



Empresas que contratan a nuestros alumnos



09

Beneficios para tu empresa

El Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la formación de líderes de alto nivel.

Participar en este Executive Máster supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

En la Era Digital el Director de Marketing Digital aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios imprescindibles en la organización”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El directivo será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.

05

Desarrollo de proyectos propios

El directivo puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Executive Máster dotará a sus directivos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.



Y además

Business development project

Durante la realización del **Executive Máster Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico** tienes la oportunidad de preparar a conciencia la puesta en marcha de nuevos proyectos en tu empresa o, incluso, tu propia idea de negocio, ya que en todo momento contarás con la asesoría experta y un seguimiento de primer nivel por parte de nuestros expertos en entrepreneurship.

10

Career services

Los participantes en los programas de TECH tienen a su disposición una serie de excelentes servicios para planificar y dirigir la búsqueda de oportunidades profesionales.



“

Te ayudaremos y te procuraremos los medios para desarrollar competencias y destrezas para optimizar tu Plan de Carrera”

Una carrera profesional de éxito comienza por una excelente formación y un buen asesoramiento

Seminarios y workshops

A lo largo del curso, se organizan diferentes encuentros de formación cuyo principal objetivo es dotar a todos los participantes de las herramientas necesarias para el desarrollo de la carrera profesional.

Asesoramiento

Los participantes del programa podrán reunirse con un Career Coach para definir objetivos profesionales, elaborar una estrategia de búsqueda o mejora de empleo y por supuesto, alcanzar los objetivos establecidos.

Puesta en contacto con empleadores

El departamento de Career Services promociona y referencia a los alumnos y antiguos alumnos entre nuestros colaboradores y partners, así como entre empresas asociadas, con el fin de facilitar el contacto y la incorporación a puestos de trabajo de alta responsabilidad.



Career Management

Y además, durante el programa estudiarás Career Management, que te ayudará a desarrollar competencias y destrezas para organizar adecuadamente tu Plan de Carrera. Para ello, desarrollaremos algunos puntos estratégicos como:

01

Desarrolla tu marca personal

Tener presencia en redes sociales de ámbito profesional ya no es una opción. Aprenderás a elaborar tu **currículum 2.0**, así como a desarrollar tu portafolio profesional y mejorar tu branding personal.

02

Demuestra lo que vales

Aprenderás a destacar tu valor diferencial, tu experiencia y tu *know how* de manera efectiva tanto al preparar tu currículum como a la hora de presentarlo en una entrevista profesional.

03

Averigua que buscan las empresas

Definirás tu plan de carrera personalizado con nuestro equipo experto, trabajando y desarrollando las características que más valoran las empresas.

04

Aprende a negociar tus condiciones laborales

Profundizaremos en el proceso de negociación salarial y laboral con el fin de que el directivo sea capaz de llevar a cabo un cambio exitoso en su carrera.

Gracias a esta formación aprenderás a moverte en el entorno digital.

11

Empresas colaboradoras

Te brindamos acceso a una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo, la comunidad TECH.



“

En TECH contamos con más de 3.000 profesores, más de 500 acuerdos con empresas a nivel internacional y 150.000 antiguos alumnos”



Ciudad de México

Nueva York

Miami

Bogotá

Lima

Sao Paulo

Santiago de Chile

Buenos Aires

Londres

Valencia



12

Titulación

El Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico te garantiza, además de la formación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título universitario expedido por TECH - Universidad Tecnológica.



“

Supera con éxito esta formación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este programa te permitirá alcanzar la titulación de **Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico** obteniendo un título universitario avalado por Tech Universidad Tecnológica.

El título expresará la calificación que hayas obtenido en el Executive Máster y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, posiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Executive Máster en Dirección de Marketing digital y Comercio Electrónico**

Nº Horas Oficiales: **1.500**

tech universidad tecnológica

Otorga la presente
CONSTANCIA
a

C. _____ con documento de identificación nº _____
Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO
en
Dirección de Marketing digital y Comercio Electrónico

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

Mtra. Tere Guevara Navarro
Secretaría General

código único TECH: AFWOR23S techtittle.com/titulos

Máster Título Propio en Dirección de Marketing digital y Comercio Electrónico

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1,500
Opcional (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
Total	1,500

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Marketing digital y Comercio electrónico	200	OB
1º	Digital marketing strategy	100	OB
1º	Inbound marketing	100	OB
1º	Iniciativa emprendedora	100	OB
1º	Performance marketing	100	OB
1º	Marketing en buscadores y search engine optimization (SEO)	100	OB
1º	Search engine marketing (SEM)	100	OB
1º	Optimización de la conversión	100	OB
1º	Social media y community management	100	OB
1º	Diseño, usabilidad y experiencia de usuario	100	OB
1º	Mobile e-commerce	100	OB
1º	Analítica web y marketing analytics	100	OB
1º	Data Science and Big Data	100	OB
1º	Ecommerce y shopify	100	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

Mtra. Tere Guevara Navarro
Secretaría General

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.



Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico

Idioma: Español

Modalidad: Online

Duración: 12 meses

Acreditación: TECH - Universidad Tecnológica

Horas lectivas: 1.500 h.

Dirigido a: Titulados superiores y

profesionales con experiencia

demostrable en áreas comerciales,

ventas, marketing y similares.

Executive Máster en Dirección de Marketing Digital y Comercio Electrónico

SEARCH ENGINE MARKETING



RANKING



SEARCH



WEB



PERFORMANCE
MEASUREMENT



TARGET GROUP



BACKLINKS