



Maestría en  
**Gestión del  
Marketing Digital  
(oficial)**

online

**Título oficial de Universidad EUDE México.**  
Reconocimiento de validez oficial de estudios.  
**Maestría en Gestión del Marketing Digital (RVOE No.20252215)**



# Datos clave

## Maestría en Gestión del Marketing Digital

Comienzo del Máster  
Consultar con tu asesor  
académico

1.600 h.  
98 créditos SEP (México)  
18 meses.

Acceso al PDDI  
(Programa de Desarrollo Directivo  
Internacional)

Contenido online  
Campus Virtual.

Especialidades  
Elige complementar tu Máster  
con más de 25 especialidades.

13 idiomas  
(Inglés, Francés, Italiano, Alemán,  
Chino, Español, Neerlandés...).

Asistencia al  
Acto de Graduación  
en Madrid (España)  
No incluido.Opcional



Título oficial de Universidad EUDE México + título europeo propio EUDE Business School.  
Reconocimiento de validez oficial de estudios. Reconocimiento de validez oficial de estudios.  
Gestión Empresarial y Tecnología Ambiental (RVOE No. 20252215)

# Programa

Online

1. DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA
2. ENTORNO DIGITAL
3. E-COMMERCE
4. DIRECCIÓN DE MARKETING
5. AMBIENTES DIGITALES Y ESTRATEGIA DE PRODUCTO EN LA RED
6. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TOMA DE DECISIONES DE MARKETING
7. MARCO JURÍDICO
8. MEDIOS ONLINE
9. DISEÑO DE CONTENIDOS
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS NEGOCIOS
11. DIRECCIÓN DE PROYECTOS
12. COMUNICACIÓN DIGITAL
13. PLAN INTEGRAL DE MARKETING DIGITAL
14. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE MARKETING DIGITAL
15. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS
16. PLATAFORMAS ALTERNATIVAS
17. POSICIONAMIENTO: MARKETING EN REDES SOCIALES Y BUSCADORES
18. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE DESARROLLO INTEGRAL DE CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL
19. MEZCLA DE MARKETING DIGITAL
20. MARKETING, AFILIACIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS
21. CX E INTELIGENCIA ARTIFICIAL
22. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE IMPACTO DE CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL

# 1 DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

---

## Objetivo:

Identificar el funcionamiento y composición de las organizaciones empresariales a través del análisis de los elementos y procesos esenciales en la dirección y organización, brindando alternativas de solución a diversas problemáticas empresariales mediante la investigación y aplicación de instrumentos y estrategias de mejora.

## Contenido:

- Dirección Y Organización De La Empresa
- Estructura Y Modelos Organizacionales En El Contexto Empresarial Actual
- Clima Organizacional
- Satisfacción Laboral

# 2 ENTORNO DIGITAL

---

## Objetivo:

Valorar las características del nuevo entorno digital y sus repercusiones en la evolución del marketing tradicional al marketing digital, identificando las consecuencias en la generación de un nuevo modelo de comunicación interactiva y bidireccional.

## Contenido:

- Los Cambios Producidos Por El Nuevo Entorno Digital
- Fundamentos Para Definir Un Nicho De Negocio Y El Perfil Del Cliente
- Pilares Básicos De La Estrategia Y Planificación De Un Negocio
- Herramientas Básicas De Un Plan De Acción Y De Captación De Clientes
- Creación De Un Primer Borrador De Plan De Negocio



## 3 E-COMMERCE

---

### Objetivo:

Identificar las claves de transformación y adaptación de los negocios tradicionales y el e-Commerce en el entorno Digital mediante la generación de propuestas estrategias de venta de productos y servicios en un entorno online, para obtener conversiones y ventas rentables.

### Contenido:

- El E-Commerce
- E-Commerce Vertical Propio
- Market Places
- Multicanalidad

## 4 DIRECCIÓN DE MARKETING

---

### Objetivo:

Identificar la importancia del desarrollo de estrategias y planificación de productos o servicios mediante el análisis del contexto de la industria o la empresa en la que opera la organización para llegar al segmento de clientes deseado.

### Contenido:

- Marketing Estratégico: Orientado Al Cliente
- Segmentación De Mercados
- El Análisis Del Entorno Y Su Influencia En La Empresa
- Investigación De Mercados
- Análisis Daño Como Herramienta Clave Del Marketing Estratégico
- Posicionamiento De Mercado
- Branding

## 5 AMBIENTES DIGITALES Y ESTRATEGIAS DE PRODUCTO EN LA RED

---

### Objetivo:

Desarrollar estrategias de marketing en entornos on-line a través de la investigación de mercados de productos y servicios en ambientes digitales que permitan crear y fijar precios de venta en la red.

### Contenido:

- Estrategia Y Marketing Online
- El Producto En El Mix De Marketing Digital
- El Precio En El Mix De Marketing Digital

## 6 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TOMA DE DECISIONES DE MARKETING

---

### Objetivo:

Analizar las diferentes técnicas cuantitativas y cualitativas utilizadas en la investigación de mercados que permitan la toma de decisiones en el ámbito comercial digital.

### Contenido:

- La Investigación De Mercados
- Investigación Exploratoria: Técnicas De Investigación Cualitativa
- Investigación Descriptiva
- Diseño De Cuestionarios
- Investigación De Mercados Y Toma De Decisiones

## 7 MARCO JURÍDICO

---

### Objetivo:

Analizar la regulación jurídica nacional e internacional aplicable en el entorno digital, distinguiendo las implicaciones de la normativa, las responsabilidades y compromisos que asumen en su participación dentro de la red los sujetos sociales.

### Contenido:

- La Seguridad De La Información Y El Marketing Digital
- Identificación De Las Amenazas A Nuestra Información
- Gestión Y Gobierno De La Seguridad De La Información
- Herramientas De Seguridad
- La Protección De Datos
- La Propiedad Intelectual

## 8 MEDIOS ONLINE

---

### Objetivo:

Identificar las características de las nuevas generaciones de diseño y convergencia de medios que generan ambientes propicios a la actividad educativa, comercial, de negociación e intercambio entre las personas, instituciones, organizaciones, gobiernos, entre otros, elaborando una estrategia básica de integración de los ambientes digitales a las actividades de un negocio.

### Contenido:

- Planteamiento Del Sitio Web
- El Diseño Responsive
- Dominio, Hospedaje Y Temas
- Contenido
- Experiencia De Usuario
- Usabilidad, Simplicidad Y Accesibilidad
- Comportamiento Colectivo

## 9 DISEÑO DE CONTENIDOS

---

### Objetivo:

Distinguir las técnicas generales de contenidos para un ambiente digital, partiendo de la consideración de las audiencias y los fines de los mensajes dentro de una estructura integral de campaña.

### Contenido:

- Elementos De La Comunicación Online
- La Publicidad En Internet
- Definición De Las Audiencias
- Enfoque De Medios Y Mensajes



# 10 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS NEGOCIOS

---

## Objetivo:

Generar un proyecto de investigación producto de la aplicación de métodos y técnicas de investigación en el campo de la administración de empresas y organizaciones, partiendo de conceptualizaciones y análisis de su entorno de negocios para establecer las aproximaciones disciplinares y metodológicas que faciliten la aplicación del conocimiento en la búsqueda y consolidación de soluciones a una problemática determinada.

## Contenido:

- Los proyectos de investigación en el entorno administrativo
- Diseños de investigación experimental
- Diseños de investigación en el campo de la administración de corte cuasiexperimental

# 11 DIRECCIÓN DE PROYECTOS

---

## Objetivo:

Valorar el desarrollo del pensamiento estratégico en la dirección de proyectos de marketing digital que considere todos los factores de avance e innovación tecnológica, además de las condicionantes de la organización y su desenvolvimiento en espacios de marketing digital que pueden ser aprovechados para consolidar sus metas de negocio.

## Contenido:

- Estrategias De Programas Y Proyectos
- Otras Definiciones De Gestión De Programa
- Tipos De Proyectos De Marketing Digital
- Departamento De Gestión De Proyectos

# 12 COMUNICACIÓN DIGITAL

---

## Objetivo:

Identificar los elementos y dinámica de la comunicación digital, sus afinidades y divergencias con los procesos comunicacionales impulsados con distintas tecnologías, para genera estrategias de aprovechamiento de los nuevos lenguajes digitales aplicados al desarrollo del marketing.

## Contenido:

- Comunicación Digital
- Usos De La Comunicación Digital
- Campañas De Email Marketing
- Mejores Prácticas



## 13 PLAN INTEGRAL DE MARKETING DIGITAL

---

### Objetivo:

Aplicar las herramientas metodológicas y técnicas para la generación de una propuesta de plan marketing online, determinando sus perspectivas de éxito al definir sus procesos de valoración y seguimiento temporal y virtual.

### Contenido:

- Plan De Marketing Online
- Análisis De Las Actividades Digitales De La Empresa
- Planificación Y Estrategia Para La Ejecución De Campañas Online
- Integración De Acciones On Y Off Line
- Seo (Search Engine Optimization)
- Sem – Publicidad En Buscadores
- Objetivos Y Kpis En El Plan De Marketing Online

## 14 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS PARA LA PLANEACIÓN DE EMPRESAS DE MARKETING DIGITAL

---

### Objetivo:

Valorar los factores de oportunidad y riesgo en la planeación e implantación de proyectos de negocios, generando una propuesta de empresa conforme al diagnóstico de las potencialidades de los sectores dentro de un contexto determinado y la aplicación de las bases de la investigación y métodos propios del campo de las ciencias económico-administrativas.

### Contenido:

- Plan de Negocio
- Plan Jurídico-Legal
- Plan de Marketing
- Plan de Producción y Operaciones
- Plan Económico-Financiero
- Plan Estratégico de la Compañía
- Plan de Contingencias

## 15 MEDICIÓN, ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS

---

### Objetivo:

Analizar las herramientas metodológicas para la medición, análisis y optimización de procesos para el conocimiento de las diversas audiencias y sus preferencias conforme a las ofertas disponibles en la Web, generando una propuesta de valoración de un caso específico.

### Contenido:

- Analítica Web
- Métricas Básicas Kpi's
- Metodología De La Analítica Web
- Analítica Social Media
- Optimización

## 16 PLATAFORMAS ALTERNATIVAS

---

### Objetivo:

Analizar las principales plataformas virtuales, sus características, el impacto que tienen en la actualidad y los beneficios de los software en la formación on line y el marketing específico.

### Contenido:

- Plataformas Alternativas
- El Móvil: Éxito De Los Smartphones Y Su Futuro
- Estrategias Y Modelos De Negocio En Móviles Para Empresas
- Video Marketing
- Gaming

# 17 POSICIONAMIENTO: MARKETING EN REDES SOCIALES Y BUSCADORES

## Objetivo:

Analizar los medios sociales mediante técnicas de SEO como de SEM para optimizar los espacios de la marca, en blogs, foros, perfiles sociales, marcadores sociales, sistemas de geolocalización y plataformas de vídeo para lograr la identificación del impacto de las acciones de marketing desarrolladas.

## Contenido:

- Las Principales Redes Sociales
- Marketing De Buscadores
- Función De Un Buscador
- Google Adwords
- Herramientas Sem
- Otras Alternativas A Google Adwords
- SEO Y Social Media

# 18 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS

## Objetivo:

Determinar los factores técnicos mínimos de la administración de negocios para generar la solución a casos específicos conforme a diferentes contextos de desarrollo social y económico, fundamentando sus propuestas conforme a la aplicación de métodos y técnicas del campo de las ciencias económico-administrativas.

## Contenido:

- Aspectos Preliminares del Plan De Negocio
- Presentación del Proyecto
- Plan de Marketing
- Plan de Producción y Compras
- Organización y Recursos Humanos
- Área Jurídico-Fiscal
- Área Económico Financiera

# 19 MEZCLA DE MARKETING DIGITAL

## Objetivo:

Distinguir las características y la metodología que exige una campaña exitosa de marketing estratégico, generando una propuesta específica conforme al estudio de un caso.

## Contenido:

- El Marketing Estratégico en Internet
- El Producto y el Precio en Internet
- La Distribución en Internet
- La Promoción en Internet



## 20 MARKETING, AFILIACIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS

### Objetivo:

Distinguir las características, técnicas y herramientas del marketing aplicadas en la generación de afiliación de clientes y usuarios de productos y servicios en contextos de alta competitividad, elaborando propuestas de planes de afiliación conforme a casos de estudio.

### Contenido:

- Affiliate Marketing
- Marketing de Afiliación: Ejemplos y Áreas de uso
- Plataformas
- Red de Afiliados
- Función del consultor de afiliación
- ¿Qué es el email Marketing?
- Aplicaciones del email Marketing

## 21 CX E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

### Objetivo:

Analizar las estrategias de gestión de la experiencia de cliente y usuario de servicios y productos generados por la empresa, delimitando el ciclo de vida de las relaciones con el cliente y la relevancia de la calidad, así como la actuación del personal de la organización y el valor de escuchar la voz del cliente, generando propuestas de resolución de casos.

### Contenido:

- ¿Cómo medimos lo que sucede en Internet?
- Interacciones
- Recomendaciones generales del diseño de interacciones
- Omnicanalidad
- Design thinking
- Inteligencia Artificial aplicada a la CX
- Blockchain aplicado a CX

## 22 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE IMPACTO DE CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITA

### Objetivo:

Diagnosticar las condiciones de negocio de las empresas conforme a sus trayectorias y contextos, aplicando las técnicas básicas de evaluación y delimitación de riesgo para generar reportes técnicos conforme a casos específicos, valorando en el desarrollo de su análisis la aplicación de métodos y técnicas del campo de las ciencias económico-administrativas.

### Contenido:

- Resumen ejecutivo
- Estudio de mercado
- Descripción comercial y técnica
- Plan de compras
- Estructura organizativa
- Marco legal
- Evaluación del riesgo
- Conclusiones
- Bibliografía. Enlace y artículos de interés





UNIVERSIDAD  
**EUDE**