



Maestría en
**Marketing
Digital**
(oficial)

online

Título oficial de Universidad EUDE México. Incorporado a la Secretaría de Educación Pública conforme a su Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE No. 20181414)

Datos clave

Maestría en Marketing Digital (Oficial)

Comienzo del Máster
Consultar con tu asesor académico

1.598 h.
98 créditos SEP (México)
12 meses.

Acceso al PDDI
(Programa de Desarrollo Directivo
Internacional)

Contenido online
Campus Virtual.

Especialidades
Elige complementar tu Máster
con más de 25 especialidades.

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

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



Título oficial de Universidad EUDE México + título europeo propio EUDE. Incorporado a la Secretaría de Educación Pública conforme a su Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios(RVOE No. 20181414)

Programa

Online



1
**Dirección
y Organización
de la Empresa**

2
**Entorno
Digital**

3
E-Commerce

4
**Dirección
de Marketing**

5
**Ambientes
Digitales
y Estrategias
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
**Creación
de empresas
de Marketing
Digital**

11
**Dirección
de Proyectos**

12
**Comunicación
Digital**

13
**Plan Integral
de Marketing
Digital**

14
**Desarrollo
Integral
de Campañas
de Marketing
Digital**

15
**Medición,
análisis
y optimización
de procesos**

16
**Plataformas
alternativas**

17
**Posicionamiento
Marketing en
Redes Sociales y
Buscadores**

18
**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 definidos por la dirección y de la empresa, brindando alternativas de solución a diversas problemáticas 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 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 dafo como herramienta clave del marketing estratégico.
- Posicionamiento de mercado.
- Branding.

4 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.

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.
- La propiedad intelectual.

6 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.
- Diseño centrado en el usuario.



7 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.

8 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.

9 Creación de Empresas de Marketing Digital

Objetivo:

Analizar las características del emprendedor, resaltando sus habilidades de liderazgo, negociación y creatividad, para generar una propuesta de innovación y desarrollo de proyectos empresariales digitales.

Contenido:

- El emprendimiento.
- La idea primigenia: el prototipo.
- El business plan.
- Fundar la startup.
- Liderazgo.
- Toma de decisiones.
- Negociación.

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 (project management office).

10 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.

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 Creación de Empresas 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 Diseño de contenidos

Objetivo:

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

Contenido:

- Plan de medios tradicional.
- Campaña de marketing digitales.
- Medios digitales.
- Web display formatos.
- Estrategias y tipos de campañas digitales.

15 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 (project management office).

16 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.



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.

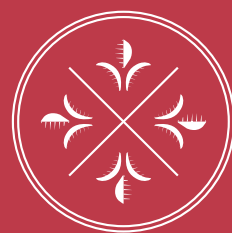
18 Evaluación de impacto de Campañas de Marketing Digital

Objetivo:

Identificar los métodos, herramientas y técnicas desarrolladas para la aplicación de estrategias y políticas de marketing y comercialización en distintos canales digitales, que permitan posicionarse en la web a través de los buscadores comerciales y especializados.

Contenido:

- Analítica Web.
- Términos principales de analítica web.
- Métricas KPI'S.
- Optimización.
- Análisis de inversión.



UNIVERSIDAD
EUDE