

#WEAREEUDE



EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

LÍDERES CON VISIÓN GLOBAL

MBA - Máster en Marketing Digital (online)

PRESENCIAL: marzo, junio y octubre / ONLINE/ONLINE + 15 DÍAS EN MADRID

¿Quiénes somos?

EUDE Business School, Escuela Europea de Dirección y Empresa, es una institución de formación de posgrado internacional, reconocida por los principales rankings y medios internacionales; con 25 años de trayectoria académica formando a más de 100 mil alumnos, profesionales con experiencia laboral, emprendedores, y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo..

Las áreas académicas; **MBA, Marketing, Marketing Digital, Comercio Internacional, Logística, Recursos Humanos, Coaching, Finanzas, Medio Ambiente** y sus distintas modalidades de enseñanza; máster presencial en Madrid, máster *online*, o la combinación de ambas, nos permite ofrecer alternativas adaptadas a las necesidades de los alumnos y sobre todo del mercado.

25 años

Formando a grandes personas, ejecutivos y emprendedores



El *networking* con grandes empresarios e importantes líderes internacionales

100 mil

Líderes de muchas partes del mundo formados en nuestra Escuela



Escuela de Negocios Número 1 en España en másteres *online*

95% empleabilidad

Convenio con + 1.200 empresas nacionales e internacionales



Considerado entre los mejores másteres *online* por el Listing Financial Times

Datos Clave


Modalidad:

Presencial, Semipresencial, Online u online + 15 días en Madrid


Duración y Horario:

3000 h = 120 créditos ECTS.
Presencial: turno de mañana/tarde
Semipresencial: un sábado al mes


Fechas de inicio:

Presencial: marzo, junio y octubre
Online: Cada 15 días.


Metodología:

Clases Teórico - Prácticas
Contenido online - Campus Virtual
Seminarios. Visitas Empresas


Formación Complementaria:

4 Programas Expertos
7 Idiomas


Ubicación:

Campus presencial y virtual de EUDE Business School



Calidad Académica Certificada

Las principales certificadoras independientes a nivel **nacional e internacional** acreditan la calidad académica e institucional de EUDE Business School.



Rankings

EUDE Business School está reconocida como una de las más destacadas escuelas de negocios a nivel internacional por medios tan prestigiosos como Financial Times y los principales *rankings* internacionales. Estos avalan y posicionan a EUDE en los primeros puestos en formación de posgrado.

Forbes

EUDE Business School ha sido elegida por el medio de referencia global en negocios y finanzas. Una alianza de futuro para los próximos líderes mundiales.



El MBA de EUDE está reconocido como uno de los mejores de habla hispana en el Ranking (FSO) a nivel europeo.



El MBA online de EUDE considerado entre los mejores del mundo según el prestigioso diario económico Financial Times.



EUDE considerada como una de las mejores escuelas de negocio de habla hispana por la consultora independiente Hamilton.

Ventajas de nuestro MBA - Máster Marketing Digital



CRECIMIENTO PERSONAL



ACELERADOR DE EXPERIENCIA



DESIGN THINKING



TEC INNOVATION

El **Máster en Administración y Dirección de Empresas – MBA** es un intenso camino de desarrollo y transformación personal y profesional que te prepara para afrontar con éxito todos los desafíos que puedas encontrar dentro y fuera de una empresa. La globalización y la digitalización de los negocios exigen una renovación en los directivos; nuevas formas de aprender, nuevas habilidades que les permitan liderar las organizaciones de hoy y del futuro.

La transformación digital, los nuevos canales de comunicación y el desarrollo de la inteligencia artificial están revolucionando el entorno digital. Las reglas del marketing han cambiado y las empresas buscan profesionales capaces de adaptarse a las nuevas fórmulas de contacto con

el cliente. Con el Máster en Marketing Digital de EUDE Business School tendrás la oportunidad de conocer de la mano de profesionales del sector las últimas disciplinas, tendencias, herramientas y plataformas necesarias para afrontar la transformación digital de tu negocio.

La digitalización es un proceso transversal a todas las áreas de la organización, desde RRHH hasta Innovación-TI, Marketing, Estrategia, Operaciones o Finanzas. **El máster de Marketing Digital** va dirigido a profesionales con experiencia que deseen ampliar sus conocimientos y herramientas dentro del entorno digital, buscando un desafío a nivel personal y profesional.

1. Dirección y Organización de la Empresa

Objetivo:

El objetivo de este área introductoria al MBA es conocer las características propias de la empresa mercantil, a diferencia de otro tipo de organizaciones, abordando aspectos cruciales en la configuración y en el adecuado funcionamiento y gobierno de la empresas como son la apropiada elaboración de la Misión, Visión y Valores de una empresa, la filosofía, la influencia de la cultura empresarial y la gestión de los cambios organizativos. Otro objetivo a tratar es la importancia del liderazgo en toda organización, dado que hoy más que nunca los mercados requieren empresas bien gestionadas pero sobre todo bien lideradas. Al finalizar este área de conocimiento, el alumno habrá sido capaz de tener una visión realista de las empresas en el entorno actual, conocer y crear la estructura organizacional que el negocio necesita, conocer diferentes estilos de

dirección y liderazgo y su influencia en los resultados económicos de la empresa así, como el papel de la Dirección General en el gobierno de la empresa de negocios.

Contenido:

- La empresa en el entorno actual.
- La cultura organizacional y su impacto en la empresa.
- Estilos y modelos en la dirección.
- Estructuras organizativas.
- La gestión de los cambio en las empresas.
- Política de empresa. La función del Director General. Aspectos claves en la dirección de empresas.
- El modelo de negocio.

2. Estrategia de la Empresa

Objetivo:

El objetivo de los módulos de estrategia es trabajar de una manera práctica los criterios y herramientas necesarias para analizar, diagnos-

ticar, definir, implantar y controlar la estrategia más adecuada para la empresa, analizando las diferentes alternativas estratégicas y ventajas competitivas conforme a las circunstancias del mercado en su conjunto. Al finalizar estos módulos el alumno estará capacitado para:

- Identificar criterios y desarrollar la metodología necesaria para crear y poner en acción la estrategia que la empresa necesita.
- Desarrollar la estrategia más adecuada según el comportamiento y situación del sector donde se compite.
- Elaborar ventajas competitivas que permitan la diferenciación de la empresa frente a los competidores.
- Saber gestionar la implantación de la estrategia elegida.
- Conocer el funcionamiento y la utilidad del Cuadro de Mando Integral como herramienta de control de la estrategia empresarial.

Contenido:

- Función de la estrategia en el desarrollo del negocio.
- Objetivos estratégicos de la empresa.
- El proceso estratégico.
- Ventajas competitivas de las empresas.
- Análisis estratégico en la dinámica de la gestión empresarial.
- Desarrollo de la estrategia.
- Formación e implementación de la estrategia.
- El Cuadro de Mando Integral.

3. Dirección Estratégica de Recursos Humanos

Objetivo:

El propósito fundamental de esta área de conocimiento es que el estudiante conozca el papel que juegan las personas dentro de las organizaciones. A partir de esta premisa se revisa el desarrollo y los elementos constitutivos de la

disciplina que hoy se conoce indistintamente como "Recursos Humanos", "Capital Humano" o "Gestión de Personas". Se describirán los principales procesos asociados a esta disciplina concluyendo en el proceso integrativo que el Director de Recursos Humanos ha de tener con el resto de las áreas funcionales de la empresa. Al finalizar esta área el alumno:

- Conocerá los elementos constitutivos propios de la Dirección de Recursos Humanos.
- Desarrollará las estrategias de gestión de las personas a partir del plan estratégico corporativo.
- Aprenderá a identificar el valor que cada persona tiene respecto a las tareas que desarrolla en una empresa y el papel que cumple su integración en la misma.
- Describirá las principales tareas asociadas a los procesos propios de la Dirección de Recursos Humanos.

Contenido:

- Escenario y organización del capital humano en las organizaciones.
- Enfoque estratégico de la Dirección del Capital Humano.

4. Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Objetivo:

En esta área se transmitirá la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos y, la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing y estratégicas de la compañía. Además, se analizará la importancia que tiene la gestión comercial y el liderazgo de los equipos comerciales para la consecución de los objetivos de toda organización y, la de establecer estrategias eficaces para la fuerza comercial.



El alumno al finalizar el estudio de esta área estará capacitado para:

- Comprender y llevar a la práctica una apropiada segmentación de mercados.
- Analizar el entorno desde una perspectiva comercial y de marketing.
- Optimizar la imagen y posicionamiento de la empresa.
- Analizar la reputación corporativa.
- Valorar la importancia de la gestión y el liderazgo de equipos comerciales.
- Aplicar estrategias que le permitan seleccionar, incentivar y motivar a la fuerza de ventas.

Contenido:

- Marketing estratégico.
- Imagen, marca y reputación.
- Sistemas de dirección comercial.
- Plan de acción comercial.
- Gestión eficaz del cliente.
- Plan de ventas y su integración en el Plan de Marketing.
- Plan de Marketing. Ejecución y control de actividades.

5. Dirección Financiera

Objetivo:

Las Finanzas constituyen una parte esencial de cualquier MBA, porque hoy es crítico para cualquier empresa contar con directivos que sepan generar alternativas y tomar decisiones en clave económico-financieras y prever sus repercusiones para la empresa en su conjunto. Independientemente de la formación y de la experiencia profesional previa, el alumno al finalizar esta área estará capacitado para:

- Entender el papel de las finanzas en la toma de decisiones empresariales.
- Entender el papel de la contabilidad como herramienta para la toma de decisiones.
- Comprender y analizar de manera eficaz un balance y una cuenta de resultados.
- Analizar cuáles son las principales fuentes de la información financiera.
- Gestionar financieramente un proyecto empresarial independiente.
- Seleccionar las inversiones cuando el presu-

puesto es limitado o cuando los proyectos no pueden desarrollarse de forma simultánea.

- Valorar proyectos de inversión y empresas.
- Entender el papel de las finanzas como herramienta para conseguir los objetivos del Plan Estratégico de la empresa y garantizar su supervivencia.

Contenido:

- Gestión contable. Análisis del patrimonio social. Cuentas patrimoniales. Cuentas anuales. Normativa contable internacional y normativa contable nacional.
- Finanzas Operativas y Estructurales.
- Introducción a la gestión financiera. Análisis financiero de la empresa. Otros indicadores de diagnóstico financiero. Ratios financieros y contabilidad.
- Introducción a la evaluación y selección de inversiones y valoración de empresas. Metodologías.

- Introducción a las finanzas corporativas, valoración de deuda y de la renta variable.
- Valoración de proyectos. Valoración de proyectos de inversión.
- Instrumentos de financiación de la empresa.

6. Comercio Exterior

Objetivo:

La madurez de los mercados nacionales ha obligado a las empresas a buscar nuevos horizontes, nuevos clientes, nuevos mercados, es decir, salir al exterior, convirtiendo la internacionalización en una necesidad no sólo para las grandes empresas sino también para las PYMES. Esta salida al exterior requiere de unos conocimientos muy concretos para no errar en el intento puesto que, errores en este campo pueden resultar muy caros para la empresa en su conjunto. Al finalizar los módulos de comercio exterior el alumno habrá tenido ocasión de conocer de una forma práctica y cercana cómo se

gestiona el negocio internacional de la empresa y sus implicaciones; su operativa, los medios de cobro, las necesidades de financiación para la empresa y los proyectos, los riesgos básicos que existen y las particularidades y tipologías de los contratos más habituales.

Contenido:

- El comercio exterior y su implicación en el plan estratégico de la empresa.
- Gestión Operativa del negocio internacional.
- El comercio exterior y su implicación en el plan estratégico de la empresa.
- Gestión operativa del negocio internacional.
 - Gestión de la exportación. Modalidades de contratación internacional.
- Distinción en los procesos aduaneros, dentro de la UE y con terceros países.
- Fiscalidad de las operaciones internacionales.
- Medios de pago, mercado de divisas y tipos de cambio.

- Financiación Internacional y mercados financieros. Medios de pago, mercado de divisas y sus aplicaciones al riesgo cambiario.
- Modalidad de contratos en el mercado internacional.

7. Dirección de Operaciones, Logística y Calidad

Objetivo:

Presentar a los estudiantes de forma práctica y dinámica los conocimientos y herramientas de la Logística Integral como parte esencial del modelo de negocio de una empresa y que incluyen aspectos relativos al aprovisionamiento, compras, planificación y gestión de la producción, almacenamiento, transporte y distribución de los productos ofrecidos a los consumidores finales.

Se pretende que el estudiante sea capaz en esta área de tener:

- Una visión de conjunto de los procesos internos que se desarrollan en una empresa.
- Criterios organizativos a nivel logístico como pieza clave en la construcción de los procesos internos de la empresa.



- Conocimiento del funcionamiento de los diferentes canales de distribución, así como los criterios y métodos para elegir los canales que precise la empresa.

Contenido:

- Logística y supply chain management. Actividades logísticas.
- Sistemas productivos y de gestión de la calidad.
- Lean management.
- Los canales de distribución comercial al servicio de la empresa. Alternativas estratégicas en la distribución.
- Métodos de selección de los canales.
- Tendencias actuales en la distribución.

8. Gestión de la Innovación y la Tecnología en las Organizaciones

Objetivo:

La innovación y la tecnología son factores estratégicos para la competitividad de las empresas, que están presentes en cada actividad de la cadena

de valor de las organizaciones, lo que las sitúa como pilares básicos sobre los que fundamentar ventajas competitivas. Estos factores estratégicos unidos a los constantes cambios tecnológicos y al acortamiento del ciclo de vida de los productos y servicios, pone de relieve la importancia que tiene el saber gestionar adecuadamente los procesos de innovación y gestión de la tecnología, que permitan a las empresas consolidar o mejorar su posición en el mercado. En esta área se quiere dar respuestas a preguntas como: ¿qué es la innovación y para qué innovan las empresas? ¿En qué áreas puede innovar una empresa? ¿Cómo se innova? ¿Qué papel juega la tecnología en la empresa y cómo se gestiona? ¿Cómo se abastecen tecnológicamente las empresas? ¿Para qué se protege la tecnología y a través de qué mecanismos se hace?

Así, el alumno estará capacitado para:

- Conocer el ciclo de vida de la innovación y sus retornos (directos e indirectos).

- Conocer las diferentes estrategias de innovación empresarial, como la del líder, la del seguidor y la del imitador.
- Estudiar cómo se innova desde diferentes epicentros del modelo de negocio y aprender herramientas de aplicación práctica.
- Conocer las fases en las que se divide el proceso creativo y ser consciente de la importancia creciente que, a la hora de innovar, juegan los espacios y los tiempos en las organizaciones.
- Estudiar un esquema conceptual de relación entre empresa y tecnología.
- Conocer las diferentes estrategias de innovación empresarial.
- Conocer metodologías predictivas para la gestión de Proyectos, como la basada en la guía PMBOK del PMI y PRINCE2, y saber identificar en qué tipo de organizaciones y para qué tipo de Proyectos son adecuadas.
- Saber las principales funciones que abarca la gestión de la tecnología en una empresa y

aprender una herramienta práctica para evaluar alternativas tecnológicas desde un punto de vista estratégico.

Contenido:

- Competitividad: Papel de las TIC en las empresas.
- Las nuevas tecnologías: Comunicaciones y redes sociales.
- Internet como contexto para el desarrollo de los negocios.
- Métodos predictivos para gestión de proyectos. PMBOK y PRINCE 2.
- Metodología LEAN START-UP.
- Metodología predictiva del PMI (Guía PMBOK).
- Gestión de proyectos. Método SCRUM.
- Tendencias tecnológicas. Patentes y propiedad industrial.

9. Eficiencia Directiva

Objetivo:

El directivo de hoy, debe enfrentarse a múltiples situaciones inesperadas en las que además de los conocimientos es necesaria la adquisición de una serie de habilidades y competencias que le permitan interactuar adecuadamente con las personas. Una vez finalizada, el alumno será capaz de:

- Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.
- Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.
- Conocer y dominar las técnicas que permiten potenciar la capacidad de gestión y de toma de decisiones.
- Elaborar las bases estratégicas que permitan planificar y anticipar los movimientos futuros

en el ámbito de la dirección de equipos humanos y organizaciones.

- Contar con un mayor poder de adaptación a las exigencias del actual mercado laboral.

Contenido:

- Dirección y comunicación empresarial.
- Desarrollo de competencias para la dirección.
- Técnicas de negociación empresarial.
- Técnicas para la toma de decisiones eficaces.

10. Aspectos Legales

Objetivo:

El empresario y el directivo no necesariamente tiene que ser un profesional del derecho, pero esto no quiere decir que desde el punto de vista de la dirección se desconozcan aspectos jurídicos cruciales y, principalmente cuando se tratan de asuntos mercantiles y fiscales que resultan necesarios conocerse para desarrollar dirección de la empresa con seguridad y confianza.



Así, el estudio del área legal va a permitir al alumno estar en condiciones de conocer aspectos tan importantes como:

- Implicaciones jurídicas de los distintos tipos de sociedades mercantiles.
- Implicaciones y responsabilidades jurídicas de la actividad empresarial.
- Conocer las alternativas más ventajosas para la contratación internacional e implementación de negocios en España.

Contenido:

- Sociedades capitalistas: estructura corporativa.
- Joint venture agreement y corporation. Pactos de socios.
- Fusiones y adquisiciones de empresas y activos.
- Concentraciones empresariales y competencia desleal.
- Tributación internacional.
- Contratación internacional: análisis y casuística más relevante.
- Implementación de negocios en España.

Proyecto Fin de Máster

El Proyecto de Fin de Máster (PFM*) tiene como finalidad la aplicación práctica de los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno durante el programa, a una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan. Pretendemos que el PFM* sea:

- Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el Máster de Comercio Internacional.

Para todo ello, el estudiante cuenta con el asesoramiento personalizado de todo el Claustro académico de EUDE Business School.

Prácticas (Solo para Modalidades Presenciales)

EUDE Business School en su apuesta por la formación integral de profesionales, el plan de estudios presencial ofrece la posibilidad de realizar prácticas en España sin vinculación laboral, con el objeto de ampliar los conocimientos obtenidos y mejorar las capacidades y habilidades adquiridas con una experiencia real en una empresa.

Programa de estudios Máster en Marketing Digital (online)

01. Introducción al Marketing Digital

Objetivo:

Adentrarse en el nuevo entorno digital y conocer en profundidad los cambios que ha

originado en nuestra sociedad. Estar al tanto de las nuevas formas de comunicación que este entorno conectado ha propiciado con nuestros clientes y de éstos con las empresas. Descubrir qué implicación tiene el marketing digital en los diferentes ámbitos de una organización y cómo puede ayudar éste a mejorar la eficacia y eficiencia de sus acciones.

Contenido: ¿Entiendes la importancia del Marketing Digital?

- La nueva era digital.
- Marketing Tradicional vs. Marketing Digital. Estilos y modelos en la dirección.
- Comunicación bidireccional.
- Nuevas tendencias digitales.

02. Estrategias y Proyectos Digitales

Objetivo:

Desarrollar proyectos de comunicación y publicidad basados en estrategias digitales para conectar con nuestros clientes de manera exitosa. Conocer las nuevas fórmulas de marketing en entornos digitales.

Contenido: ¿Sabrías desarrollar una Estrategia Digital exitosa?

- Las claves del nuevo Marketing.
- El nuevo papel del consumidor.
- Integración del Marketing Digital. en la estrategia general.
- Marketing Estratégico en Internet.

03. Transformación Digital

Objetivo:

Comprender la importancia de la transformación digital para las empresas actuales, identificar los momentos de contacto con clientes, desarrollar estrategias y tácticas para conseguir una verda-

dera transformación, centrar estos cambios en el personal de la compañía, y saber aplicar correctamente la tecnología en los procesos.

Contenido: ¿Estás dispuesto a transformar digitalmente tu negocio?

- El papel de las personas.
- La tecnología, un medio útil para la transformación.
- Identifica el nuevo Customer Journey Map de tus clientes.

04. CX: Customer Experience

Objetivo:

Analizar la usabilidad, trabajar una correcta arquitectura y diseño web, en busca de mejores resultados en cuanto a la experiencia de usuario.

Contenido: ¿Es positiva la experiencia de navegación de tus visitas web?

- UX.
- Prototipado.
- CardSorting.

- Tree Test.
- Arquitectura de la información.
- Focus Group y Test Usuarios.

05. Diseño y Desarrollo de Websites

Objetivo:

Introducción al diseño y desarrollo de websites utilizando código HTML y CSS.

Contenido: ¿Sabrías construir una web?

- HTML + CSS para landing pages.
- Accesibilidad: La triple A.
- Definición de objetivos y segmentación de Landing Pages.
- Test A/B.
- Test multivariable.

06. Inteligencia Artificial y Asistentes Virtuales

Objetivo:

Obtener un conocimiento inicial teórico, siempre con un eminente enfoque práctico,

sobre los componentes y problemáticas de la inteligencia artificial y las diferentes aplicaciones en la industria en la actualidad, haciendo hincapié en los asistentes virtuales como nuevo modelo de relación con cliente.

Contenidos:

- Aprender el papel de la Inteligencia Artificial en el mundo actual y tener un enfoque a futuro sobre los avances tecnológicos.
- Identificar y entender diferentes términos del entorno de la Inteligencia Artificial.
- Conocer las diferentes aplicaciones de la Inteligencia Artificial en la actualidad y sus posibles futuribles casos.
- Conocer e identificar componentes del diseño de una solución de Inteligencia Artificial.
- Desarrollar una primera aplicación con inteligencia artificial: crear tu primer Chatbot con la Plataforma IBM Watson.

07. Plan Estratégico del Comercio Electrónico

Objetivo:

Saber definir el tipo de producto para el target al que nos dirigimos, además de establecer las diferentes estrategias de precio que logren captar la atención de nuestros clientes. Entender la cadena de valor en comercio electrónico y habilitar nuevas fórmulas de venta estáticas (e-Commerce) y cada día más móviles (m-Commerce).

Contenido: ¿Buscas vender más en internet?

- El marketing mix en la era digital.
- De las 4 P's a las 4 C's.
- Estrategias de producto.
- El precio como variable estratégica.



08. Soluciones Tecnológicas y Medios de Pago

Objetivo:

Lograr identificar herramientas, tecnologías y soluciones que mejoren la experiencia de usuario de tus clientes en los diferentes momentos de la verdad. Saber elegir correctamente las fórmulas de pago más eficientes para tu cliente y desvelar aquellas que vendrán mañana.

Contenido: ¿Cómo vendes y cómo compra tu cliente online?

- Metodologías de pago en Internet.
- Tecnologías y tendencias: NFC, Pay Check, BitCoin.
- Fintech.
- Pasarelas de pago.

09. E-Commerce

Objetivo:

Aprender las claves de las distintas áreas del e-Commerce, tanto B2B como B2C. Conocer las plataformas que podemos elegir. Descu-

brir funcionalidades, herramientas, métodos de pago y logística para alcanzar el éxito con nuestra estrategia comercial online.

Contenido: ¿Quieres desarrollar una tienda online?

- El e-Commerce en España.
- Seguridad en los medios de pago.
- Modelos de Negocio Online.
- Políticas de precios en Internet.
- Logística en e-Commerce.

10. Mobile Marketing

Objetivo:

Conocer todos los medios y herramientas del entorno móvil, tales como las apps, la geolocalización, el m-Commerce, la publicidad mobile y saber cuándo es conveniente desarrollar una estrategia de mobile y los beneficios y ventajas que puede aportar a nuestra compañía.

Contenido: ¿Te comunicas con tus clientes a través de dispositivos móviles?

- Modelos de Negocio en Móvil.

- Local Mobile Marketing (Geolocalización).
- Apps y Tendencias en Mobile.
- Tipos de estrategias en móviles para empresas.
- M-Commerce.
- Mobile Innovation.

11. Publicidad Digital

Objetivo:

Conocer las diferentes plataformas, medios y soportes que nos ayudarán a comunicar nuestro producto para lograr campañas de comunicación más eficientes seleccionando el mix de medios adecuado. Identificar los diferentes formatos publicitarios que hoy en día se usan en la web.

Contenido: ¿Dominas los nuevos formatos en publicidad digital?

- Formatos publicitarios.
- Inbound Marketing.
- Marketing de contenidos.
- La nueva creatividad publicitaria.
- Publicidad Integrada.

12. Affiliate Marketing

Objetivo:

Conocer los beneficios y utilidades del desarrollo de campañas de display y de acciones de marketing de afiliación para lograr los objetivos de comunicación planteados.

Contenido: ¿Sabes cómo funciona el Marketing de Afiliación?

- El Ecosistema campañas de display;
- Redes publicitarias, Google, Facebook,...
- Sell Side Platforms/Supply Side Platforms.
- AdExchanges.
- Demand side Platforms DSP's
- Data Provider & Data Management Platforms.
- Retargeting, Lookalikeaudiencias
- Definición de objetivos y planificación de campañas.
- Seguimiento, optimización y reporting.
- Marketing de Afiliación.

13. Digital Media Planning

Objetivo:

Realizar la planificación de medios digitales de una compañía para que todas las acciones que formen parte de una campaña estén coordinadas y con unos objetivos planteados a los que pueda darse seguimiento, verificar la consecución de esos objetivos y analizar los resultados de cada una de las acciones.

Contenido: ¿Sabrías desarrollar un plan de medios online?

- El mercado de la publicidad en España.
- Redes publicitarias.
- Organismos reguladores.
- Modelos de negociación de medios.
- Mix de medios digitales.
- Segmentación y planificación de audiencias.
- Elaboración de un plan de medios online.

14. Social Media Strategy

Objetivo:

Aprender a gestionar de manera exitosa las redes sociales más adecuadas según nuestra estrategia y objetivos. Crear un Social Media Plan, y saber monitorizar y escuchar las redes. Captar y fidelizar audiencias a través de las redes sociales con intercambio constante de información. Gestionar tu Reputación Online y Viralizar tus mensajes.

Contenido: ¿Has integrado las redes sociales en tu estrategia corporativa?

- El Community Manager.
- Social Media Marketing (SMM).
- Plan de Crisis en medios sociales.
- Identidad y Social Branding.
- Escucha Activa.
- Monitorización.
- Medición y análisis de resultados.



15. Email Marketing

Objetivo:

Desarrollar campañas de email marketing exitosas, así como ser capaces de medir y analizar los resultados obtenidos.

Contenido: ¿Conoce las razones por las que utilizar el Email Marketing?

- Plataformas y herramientas.
- Bases de datos y sus segmentaciones.
- Métricas, reporting y KPIs.
- Creatividad, diseño, copywriting y personalización.
- Estrategia de email marketing.
- Automatizaciones. Email Retargeting. Emails basados en eventos y comportamiento.
- Multicanalidad.

16. Inbound Marketing

Objetivo:

Desarrollar campañas basadas en Inbound Marketing que logren atraer la atención de los clientes para posteriormente generar fidelidad en su relación con la empresa.

Contenido: ¿Aplicas técnicas de Inbound Marketing?

- Automatizaciones. Email Retargeting.
- Emails basados en eventos y comportamiento.
- Multicanalidad y Micromomentos.

17. Search Engine Optimization-SEO

Objetivo:

Analizar el posicionamiento natural en buscadores a través de herramientas de análisis y control. Entender cuáles son las claves de un buen posicionamiento SEO y cómo introducir mejoras en nuestra web.

Contenido: ¿Quieres ser el primero en los resultados de búsqueda de Google?

- Algoritmos.
- Optimización en buscadores.
- SEO On-Site y SEO Off-Site.
- Linkbuilding y otras técnicas.
- White SEO vs. Black Hat.
- Keywords.
- Herramientas fundamentales.

18. Search Engine Marketing-SEM

Objetivo:

Desarrollar campañas de Marketing de Buscadores exitosas a través del desarrollo de campañas en Google Adwords. Aprender la plataforma en profundidad, saber medir el retorno de nuestras campañas y analizar constantemente sus resultados.

Contenido: ¿Quieres llegar a las personas adecuadas con tus anuncios?

- Conceptos básicos sobre Campañas y Cuentas AdWords.
- Plataformas publicitarias en buscadores.
- Formatos de los anuncios de AdWords.
- Posibilidades de targeting en AdWords.
- Política de AdWords y calidad de los anuncios.
- Optimización de campañas en AdWords.
- Herramientas de apoyo en AdWords

19. Plan de Marketing Digital

Objetivo:

Diseñar paso a paso un Plan de Marketing Digital y lograr alinearlo con el Plan de Marketing General de la compañía. Combinar todas las herramientas y acciones que nos hagan alcanzar los objetivos empresariales.

Contenido: ¿Has integrado tu Plan de Marketing Digital con tu Plan Estratégico de Empresa?

- El Plan de Marketing Digital.
- Análisis de la Competencia.
- Plan de Comunicación 360.
- Objetivos y Estrategia del Plan de Marketing Digital.

20. CRM y Growth Hacking

Objetivo:

Profundizar en la importancia del Customer Relationship Management dentro del entorno digital como herramienta de gestión y entendi-

miento del cliente. Establecer procedimientos y acciones orientadas al cliente. Familiarización con los conceptos de CRM. Diseñar una estrategia de contactos que cubra la vida del cliente.

Contenido: ¿Sabes qué hacer con los datos de tus clientes?

- Filosofía CRM.
- Data Mining y CRM Analítico.
- Métricas de calidad de servicio.
- Entender cómo el churn afecta a nuestro negocio.
- Conocer los habilitadores que tenemos al alcance.
- Maximizar la minería de datos para mejorar nuestra segmentación.

21. Business Intelligence: Big Data

Objetivo:

Aprender los procesos de recogida, distribución, análisis y monitorización de la información de usuarios y clientes. Valorar la

toma de decisiones en base a la data recogida que fomente el crecimiento de la empresa. Conocer el Big Data como fórmula para optimizar las acciones de marketing.

Contenidos

- Las 7Vs del Big Data.
- Modelos predictivos y prescriptivos.
- Bases de Datos.
- Regulación e innovación del big data.

22. Analítica Web

Objetivo:

Extraer, comprender e interpretar la información que se refleja en la red, imprescindible para la toma de decisiones de marketing. Llegar al conocimiento gracias al correcto análisis de los datos.

Contenido: ¿Sabes lo que ocurre en tu web?

- Conceptos básicos.
- Tipos de herramientas.
- Métricas e indicadores.
- Medición e integración de múltiples fuentes.
- KPIs y Objetivos.



23. Google Analytics

Objetivo:

Extraer la información sensible que Google Analytics nos proporciona sobre nuestro sitio web, analizando los datos e introduciendo mejoras fundamentadas que mejoren nuestro rendimiento web.

Contenido: ¿Conoces las herramientas de analítica más utilizada en el mundo?

- Conoce Google Analytics.
- Gestión y manejo de la herramienta.
- Métricas.
- Análisis y diseño de informes estadísticos.
- Implementación y seguimiento.

24. Legislación, Seguridad y Privacidad en las redes

Objetivo:

Mostrar la importancia de la seguridad digital como uno de los principales retos a los que se enfrenta la digitalización. Proteger nuestro negocio online frente a la vulnerabilidad a la que

pueden exponerse los datos de nuestros clientes y los nuestros propios.

Contenido: ¿Están tus datos protegidos y seguros frente a ataques?

- Seguridad de la Información.
- La información, como activo fundamental que hay que proteger y tratar adecuadamente, adaptado a un entorno digital.
- Ciberamenazas y riesgos a la información.
- Formas de protección.

Proyecto Fin De Máster*

El Proyecto de Fin de Máster (PFM) tiene como finalidad la aplicación práctica de los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno durante el programa, en una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Pretendemos que el PFM sea:

- Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el máster..

Para todo ello, el estudiante cuenta con el asesoramiento personalizado de todo el Claustro académico de EUDE Business School.



Expertos

Programas Expertos

Habilidades Directivas

El desarrollo de habilidades sociales, el liderazgo, las habilidades comunicativas, la inteligencia emocional y el dominio de los pilares fundamentales del entorno digital tienen una importancia vital hoy en día. EUDE como formación complementaria al MBA y con el objetivo de buscar la excelencia y ayudarte a destacar profesionalmente, incorpora al programa una serie de módulos formativos que te aportarán un gran valor a nivel profesional y, por supuesto, también a nivel personal. Comprobarás de inmediato los resultados.

01. Experto en Inteligencia Emocional

Saber manejar nuestras emociones de forma que nos ayuden a comportarnos como deseamos.

02. Experto en Programación Neurolingüística:

Poder organizar el mundo tal como lo percibimos y mediante nuestros sentidos

03. Experto en Oratoria, Influencia y Persuasión

Saber cómo estructurar la información, comunicación de forma creativa, coherente, concisa y con un hilo conductor claro.

04. Experto en Usabilidad y Experiencia de Usuario

Construir mapas de web dentro de una correcta arquitectura web y hacer análisis correctos de medición.

Idiomas

Tu Máster incluye el aprendizaje de 7 idiomas.

EUDE Business School te ofrece la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

La modalidad presencial executive incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año.

Management Business English Program

EUDE Business School utiliza un método propio con un alto nivel de efectividad en la formación de inglés con base en la **metodología de aprendizaje efectivo**, adquiriendo, profundizando y consolidando el conocimiento del idioma.

Clases con contenido dinámico y variado, trabajando sobre: listening, reading, grammar, speaking, entre otros.

Se modula en distintos niveles, con objetivos y contenidos adaptados, destacando en el NIVEL AVANZADO: **un curso de habilidades directivas íntegramente impartido en inglés.**

Formación en Idiomas

Nuestro programa de aprendizaje de idiomas ofrece soluciones que se adaptan a todas las necesidades de aprendizaje de sus estudiantes: desde alumnos con exposición limitada a idiomas, a aquellos de nivel intermedio y avanzado que desean mejorar sus resultados académicos y prepararse para el mundo profesional.

Además te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. **Elige entre: Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés.** Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

Campus Presencial

EUDE Business School es el punto de encuentro de líderes de diversas partes del mundo. Lugar donde, además, se llevan a cabo conferencias, eventos, seminarios y charlas concebidas exclusivamente para que nuestros alumnos puedan enriquecer su *networking* desde el primer día.

Más de 9,000m² distribuidos entre aulas, zonas comunes, salas de estudio, cafetería y estacionamiento. El acceso al campus tiene conexiones directas de transporte público (estaciones de metro, autobuses y taxis).



Campus Virtual

EUDE Business School ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología *online* de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus virtual, el cual ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo, la escuela permanece a la cabeza en la formación *online* del mundo.

La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología online. De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible.



#EUDEpartners

Partners Internacionales en Educación

EUDE Business School tiene como principales avales universitarios y *partners* académicos a universidades en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, lo que permite a sus alumnos acceder a títulos universitarios propios y oficiales.

Partners Corporativos

EUDE Business School trabaja con más de 1.200 empresas nacionales e internacionales, con el objetivo de potencializar el desarrollo de los alumnos.

PARTNERS EDUCATIVOS



Madrid, España



Madrid, España



Bogotá, Colombia



Quito, Ecuador



Quilmes, Argentina



Medellín, Colombia



Monterrey, México



Lima, Perú



Bogotá, Colombia

PARTNERS CORPORATIVOS



EUDE talent

EUDE Business School es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral. En cada uno de los módulos que conforman el máster, se analizarán situaciones reales de empresas, apoyándonos en la metodología del caso, animando a trabajar y tomar decisiones en grupo.

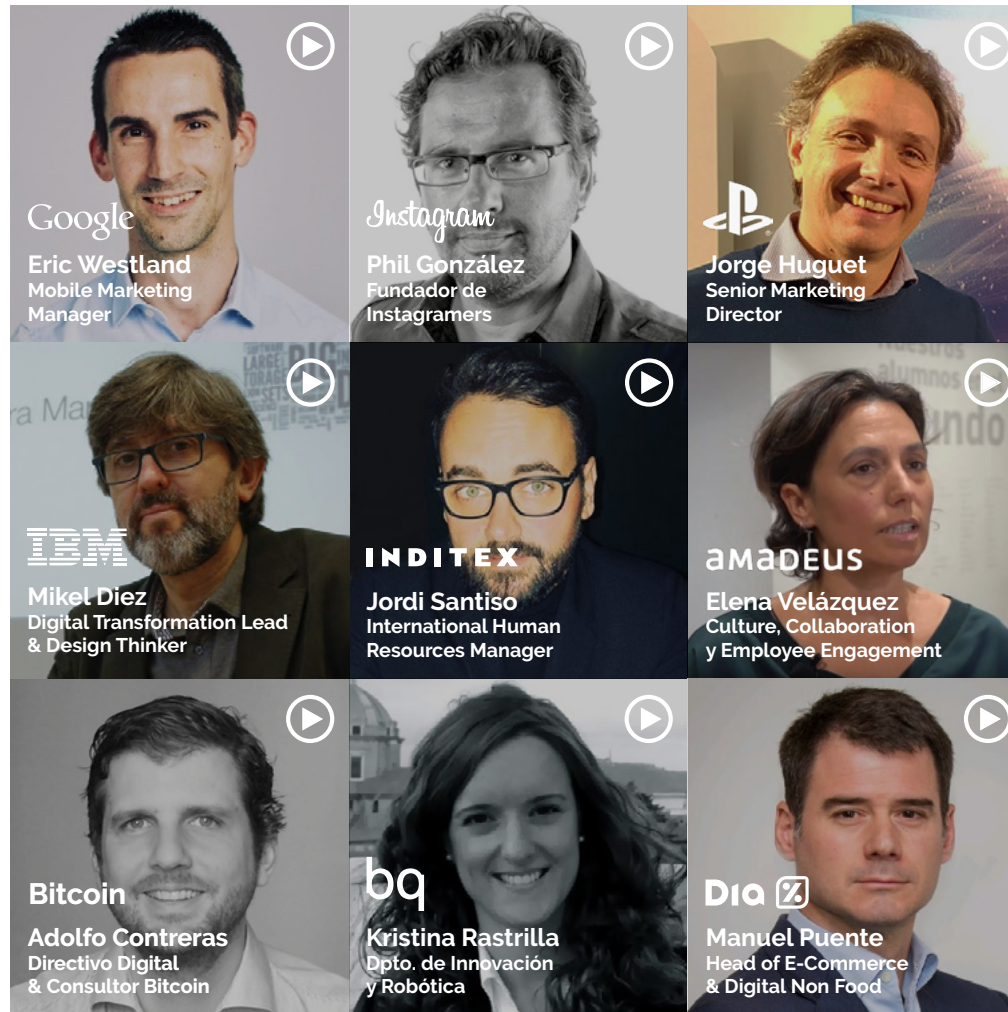
Gracias a los acuerdos que EUDE mantiene con grandes empresas, se ha logrado que el 95% de alumnos encuentre trabajo o mejore su situación laboral.



#EUDEtalks

En **EUDE Business School** se quiere acercar la innovación y las nuevas tendencias del mercado a sus alumnos. El programa se completaría con la oferta voluntaria de al menos 4 visitas a empresas tecnológicas punteras a lo largo del curso académico, acompañados por el director del programa y miembros del claustro académico.

Por ello, como complemento a la formación de posgrado ofrece conferencias y eventos con líderes de empresas a nivel internacional que les permite ampliar sus conocimientos y enriquecer su *networking* desde el primer día.





EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

SEDE PRINCIPAL

C/ Arturo Soria, 245 Edificio EUDE CP: 28033 Madrid, España.

T. (+34) 91 593 15 45

#WEARE**EUDE**

eude.es

DELEGACIÓN EN COLOMBIA - C/g8 # 9A - 41. Oficina 204.
Bogotá DC, Colombia. T.(+57) 635 24 97

DELEGACIÓN EN ECUADOR - C/ Catalina Aldaz y Portugal
Edificio La Recoleta, Oficina 71. 7mo piso Quito-Ecuador
T. (+593 998444631)



Acreditaciones:

