

MÁSTER en

Dirección Comercial & Marketing Digital

IEDGE | BUSINESS
SCHOOL

Contenidos actualizados 2022



Carta del Director

Si, Una Dirección Comercial avanzada y moderna debe incluir un conocimiento específico de marketing digital ... pero no es suficiente, intuye que se puede sacar más provecho. Hay nuevas herramientas muy eficaces y rentables: *Facebook ads*, *Twitter ads*, *content marketing*, *remarketing*, *email marketing segmentado*, *desarrollo de aplicaciones para mobile...* y no dispone del tiempo para conocer su funcionamiento. ¡Nuestros profesores le enseñarán todos los secretos de estas herramientas!

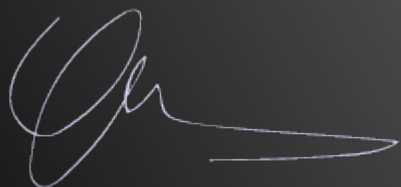
En el **Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital (MDCMD)**, le ayudamos a vender más, a tener mejores equipos comerciales y utilizar la **Publicidad Digital** de una forma profesional, dónde se pueden ahorrar costes de comunicación, reducir tiempos de respuesta a una oferta, realizar una personalización efectiva, en definitiva, aprovechar todas las ventajas de una comunicación directa, relacional e interactiva con un coste reducido por contacto.

El **Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital (MDCMD)**, es el **programa más avanzado en español** y donde le enseñamos a mejorar el uso y conocimiento de todas las herramientas que podemos utilizar en Ventas, Captación y Engagement Digital.

A lo largo de **Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital (MDCMD)**, los tutores personales y los profesores del programa le guiarán a través del aula virtual, en donde tendrá acceso a toda la **documentación y recursos de formación**, constantemente actualizados, que fundamenten su aprendizaje on line.

Una vez concluido el programa y el proceso de evaluación correspondiente obtendrá el título de **Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital** de IEDGE Business School y le aseguramos que podrá pasar los **exámenes de Google** para convertirse en Google Partner.

¡Conviértase en un Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital!



Eduardo Liberos
Director del Área Académica de Marketing
IEDGE Business School





El Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital (MDCMMD) es el programa online en español de más éxito de Dirección de Ventas y Publicidad Digital, con alumnos de Europa y América.

En **6 meses** y con la ayuda de algunos de los mejores profesionales, Ud. se convertirá en un **profesional con los conocimientos más avanzados en Commercial Management y Marketing Digital**.

Práctico, con **contenidos actualizados** y tutorizado los 7 días de la semana, **IEDGE Business School** se compromete a que supere con éxito los **exámenes oficiales de Google** y obtenga el título oficial de Google en **Google Ads Certified** y **Google Analytics Certified**



RESUMEN EJECUTIVO

- **Nombre:** Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital
- **Duración:** 6 meses
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Idioma:** Español
- **Profesores:** Profesionales Internacionales
- **Contenidos:** Actualizados al 2022
- **Precio:** Solicitar información a Laura.Rodriguez@iedge.eu
- **Becas:** 100%
- **Clases online en vivo:** Si
- **Tutorías personales:** Si, los 7 días de la semana en horario amplio
- **Titulación:** Al finalizar el programa, Titulación de IEDGE Business School con Convenio de la Haya.
- **Certificación oficial de Google Ads y Google Analytics:** 100% de los alumnos lo superan con éxito
- **Más información:** Laura.Rodriguez@iedge.eu



Índice

Carta del director	2
Objetivos	5
Metodología	6
Temario	7
Profesores	29
Titulación	37
Certificaciones Google	38
Empresas	39
Testimoniales	40
Requisitos y Precio	41
Becas	42
Networking y Alumnis	43
Programas	44
Contacto	47



Objetivos

Una vez finalizado el Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital, Ud. podrá..

- ▶ **Estrategia de ventas** en cualquier tipo de empresa.
- ▶ Sabrá cómo utilizar las **herramientas de comunicación on line** más efectivas.
- ▶ Aprenderá **nuevas habilidades directivas comerciales**.
- ▶ Gestionar **planes de medios digitales**.
- ▶ Controlar los **costes de inversión** publicitarias on line.
- ▶ Gestionar clientes **B2B y B2C**.
- ▶ **Captar clientes** de una forma rápida, eficaz y económica con acciones interactivas.
- ▶ Poner en marcha programas de **fidelización on line** realmente eficaces.
- ▶ Localizar **nuevos clientes en cualquier parte del mundo**.
- ▶ Realizar **campanñas de captación y fidelización on line efectivas**.
- ▶ Entenderá que se puede y que no se puede hacer en las **redes sociales**.
- ▶ Conocer cómo comunicar eficazmente a través de **teléfonos móviles** y dispositivos **smartphones**.
- ▶ Sabrá cómo **evaluar a sus equipos comerciales**.

***¡Dirección Comercial y Marketing Digital,
explicado por profesionales para
profesionales!***

Metodología

La metodología del **Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital** es totalmente **práctica** de tal forma que a través de **ejemplos prácticos** se refuerza y hace tangible los conocimientos que se van adquiriendo durante el programa.

Los **contenidos** están totalmente **actualizados** y el alumno tendrá acceso a:



Clases en vivo online: Una o dos veces por asignatura accederá a nuestro sistema de **clases en vivo online**, adaptada a tu horario y donde estarás en contacto con el profesores y sus compañeros de clase. **¡Todas las clases se graban y se pueden ver en vídeo!**



Tutorías personalizadas: Los **7 días de la semana** en un horario muy amplio, podrás contactar de una forma directa con tu tutor personal, que resolverá sus dudas del programa, ejercicios, o de sus propios clientes. Todos nuestros tutores son **especialistas en Marketing Digital**.



Ejercicios prácticos: Cada módulo tiene varios **ejercicios prácticos** especialmente preparados para ayudarte a comprender mejor los puntos a aprender. Además le enviaremos la **solución del profesor** para que analice como lo ha realizado.



Autotest: Cada asignatura tiene un **autotest** para medir la evolución del conocimiento adquirido. Los autotest permiten disponer de una herramienta de formación avanzada y titulación europea.



Business Cases: El alumno tendrá acceso a **Business Case y ejemplos reales** preparados por los profesores de **IEDGE Business School** para completar su formación.



Notas técnicas profesionales: **Documentación actualizada** y preparada por los profesores de las asignaturas. Todas las notas técnicas explican de la "A" a la "Z" todo lo necesario para comprender cada asignatura.



Post actualizados: Cada semana, los profesores de IEDGE Business School, subirán al blog del programa, **contenidos multimedia actualizados** con lo último sobre Marketing Digital, donde los alumnos podrán debatir, preguntar al profesor.

Temario

MÓDULO

01

[4 SEMANAS]

Dirección de Ventas

En este módulo aprenderá La relación necesaria entre Marketing y ventas, y su combinación para la dirección comercial.

- **Marketing y Ventas**

Importancia de la función de ventas | Relación directa de ventas con marketing | Objetivos de ventas | El plan comercial cómo motor de la actividad de la empresa | Ventas y clientes sostenibles.

- **Estructura y organización de ventas**

Concepto y desarrollo de los sistemas de ventas | Estructura de ventas: vertical y horizontal | Actores en la estrategia de ventas: el vendedor, el account manager, el product manager, el director de ventas | Implicaciones del marketing digital en la estructura de ventas.

- **Gestión de Ventas complejas**

Fundamentos de las ventas complejas | Tipologías de ventas | El rol del vendedor | Evaluar y seleccionar las oportunidades de ventas | Tipología de clientes: B2B y B2C.

- **Clienting**

Ciclo de vida del cliente | Evaluación económica de perfiles de clientes | Segmentación avanzada multivariable | Rating y ROI por cliente.

- **Plan de acción**

Gestionar los roles de compra | Hacer frente a la competencia | Hoja de planificación | Estrategia de ventas complejas | Medición de resultados | Impacto de las discrepancias entre objetivos y resultados de clientes.

- **Habilidades directivas en el departamento comercial**

Gestión del tiempo en equipos de venta | Inteligencia emocional y su uso en equipos comerciales | Hablar en público | Organización de reuniones | Técnicas de negociación aplicadas en la dirección comercial | Trabajo en equipo | Gestión del conocimiento | Comunicación Interpersonal | Deontología del directivo.

Temario

MÓDULO**02**

[4 SEMANAS]

Gestión de clientes y nuevos canales

En este módulo conoceremos los nuevos canales de ventas con herramientas digitales..

- **Nuevos canales de ventas**

Gestión de clientes directo | Canales de venta indirectas | Uso de redes sociales para la comunicación | Aplicación digitales en la empresa: CRM, Business Intelligence y Big Data | Estrategias digitales en canales de venta.

- **B2B y B2C**

Introducción al comercio electrónico | Ventas en marketplaces | Ventas online internacionales | Gestión de pedidos y cobros online | Medios de pago online | Distribución multiproducto | Política de precios en ecommerce.

- **Equipos de ventas**

Selección del equipo de ventas | Tipos de procesos, metodologías cuantitativas y cualitativas | Elaboración de un perfil profesional, coordinación con RRHH | Objetivo de la entrevista, aspectos a valorar | Sistemas de incorporación, tipos de contratos.

- **Evaluación y seguimiento de resultados**

Evaluación del equipo de ventas | Sistemas de evaluación de vendedores | La evaluación ascendente y descendente | Motivación y retribución del equipo de ventas | Sistemas de retribución, variables, fijos, mixtos | Ética y responsabilidad comercial | Aspectos éticos en los negocios

Temario

MÓDULO

03

[3 SEMANAS]

Plan de Marketing Digital

En este módulo enseñamos cómo realizar estrategias de marketing digital, planes de medios online y optimización de sus campañas digitales utilizando las herramientas profesionales más eficaces.

- **Introducción a la Comunicación Digital**

Estrategias efectivas en marketing digital | Grandes tendencias en el mercado digital | Definición y Objetivos de un plan de Marketing Digital | Segmentación y público objetivo en Internet | Principales herramientas del marketing digital | Elaboración de un plan de comunicación y promoción en Internet | Los factores de éxito para hacer una buena estrategia digital.

- **Plan de Medios Digital**

¿Cómo crear un plan de medios on line? | Negociación con soportes, agencias y centrales de medios on line | Herramientas de planificación de medios digitales | Análisis y control de campañas digitales | Rentabilidad en un plan de marketing digital.

- **Estrategias de campañas de captación de leads**

Planificación de Estrategias de Captación | Soportes, formatos y oportunidades | Las claves para comunicar de manera eficaz a través de la web | Minisites para campañas de promoción | Product Placement en internet | Email Marketing | Affiliate Marketing | SEM y SEO | Campañas de display | Relaciones Públicas en internet | Acciones co-branded | E-retailer: webs del distribuidor | Publicidad Contextual | Generación de base de datos online | Cómo realizar campañas a través de redes de afiliación | Modelos de negocio: CPL, CPI, CPA | Precios de campañas | Campañas internacionales | Negociación entre publisher, affiliate y anunciante.

- **Estrategias de Fidelización online**

Creación de un Programa de fidelización online | Plan de incremento de valor de clientes: segmentación, personalización, plan de contactos, objetivos de negocio (upselling, crossselling, ofertas...) | Objetivos de fidelización en Internet | Generación de visitas fieles | Acciones de fidelización sobre el tráfico del sitio Web | Gestión de la relación con el cliente (e-CRM) | MGM on line | Programas de fidelización en redes sociales y comunidades Virtuales.

Temario

MÓDULO**04**

[4 SEMANAS]

Creatividad Digital y Diseño Web

Este módulo nos permite aprender cómo realizar piezas creativas digitales que funcionan, gestión de proyectos webs y desarrollo de mobile apps. Además conoceremos las tecnologías dónde se apoyan tanto webs como apps.

• **Creatividad y formatos digitales**

Las claves para comunicar de manera eficaz a través de la web | Diseño web para diferentes objetivos de comunicación: promoción, branding, captación, fidelización | Formatos clásicos de publicidad online | Nuevos formatos interactivos | Copys imbatibles y adaptados a los soportes: desde Google Ads hasta apps | Herramientas para diseño multimedia | Las claves en el desarrollo de campañas creativas innovadoras en digital | Las landing page como continuación de piezas creativas | Cómo desarrollar creatividad eficaz en social media | Ejemplos de campañas creativas interactivas.

• **Desarrollo web**

Dirección y gestión de proyectos on line | Organización de un departamento de producción digital | Dirección de Arte Digital | Usabilidad de la web | Arquitectura de la información | Experiencia de usuario | Contenidos, inventario, estructura, "Card-sorting" | Desarrollo del gestor de contenidos con wordpress | Creación de contenidos web.

• **Tecnología Web**

Aspectos técnicos fundamentales para el desarrollo de websites | Tecnología aplicada al marketing digital | Servidores, lenguajes de programación y Aderving | Html, php, programación nativa | Pixels, cookies y scripts | Comprendiendo la utilidad de Google Tag Manager | Optimización del Aderving | Redirect | Vast/Vpaid | Informes profesionales.

• **Mobile Apps**

Aspectos técnicos fundamentales para el desarrollo de apps | Programación de apps para iOS y Android | Distribución de contenidos y usabilidad en mobile apps | Experiencia de usuarios en apps | Apertura de cuentas en Google Play y Apple Store | SDK y analítica de datos en apps | Gestión de actualizaciones de apps.

I Temario

MÓDULO

05

[5 SEMANAS]

SEO

En este módulo aprendemos en profundidad cuestiones de programación, contenidos, diseño y enlaces de un website y mobile apps. Aprovechamos un correcto posicionamiento en los buscadores que optimice los resultados de comunicación digital.

• Introducción al SEO

¿Qué es SEO y por qué es necesario? | Cómo funcionan los buscadores | Comandos de búsquedas principales | Resultados de búsqueda personalizados | Algoritmos de búsquedas: Panda, Penguin, Hummerbird... | SEO en Bing y Yahoo | SEO multilinguaje | SEO en Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram | SEO en ecommerce.

• Herramientas SEO

Advanced web ranking | SEMrush | Search metrics | Open Seo Stats | SEO spider Monkey | Cwwhois | Viunk.

• Contenido y Palabras claves

¿Qué son las palabras claves? | Tipos de palabras claves | Herramientas de búsquedas | Proceso de keywords research | Contenido eficaz | Cómo funciona el SEO en CMS: Wordpress, Joomla y Drupal | Inbound.Marketing.

• SEO On Page

Qué es el SEO On page | Factores que intervienen para optimizar una página web (Title, metadatos, encabezados) | La importancia del contenido: Jerarquización de contenidos y categorías | Arquitectura web: planas, vertical y taxonomías | ¿Cómo optimizar plantillas web?.

• SEO Off Page

Qué es el SEO Off page | SEO Off page no es solo Linkbuilding | Listado de factores que influyen en el SEO off page | Técnicas para realizar un SEO off page óptimo | Herramientas eficaces | Métricas y Analítica de optimización.

• Auditoría de SEO técnica

¿Qué es una auditoría SEO técnica? | Puntos a seguir en una Auditoría SEO Técnica (Indexación, análisis técnico, usabilidad, arquitectura web...) | Lenguajes de programación, análisis y optimización de código | Análisis de Keywords o Keyword Research (Adwords Keyword Planner) | Herramientas que se utilizan en una Auditoría SEO Técnica.

I Temario

MÓDULO

05

[5 SEMANAS]

SEO

En este módulo aprendemos en profundidad cuestiones de programación, contenidos, diseño y enlaces de un website y mobile apps. Aprovechamos un correcto posicionamiento en los buscadores que optimice los resultados de comunicación digital.

- **SEO Mobile**

Del diseño responsivo a la programación para mobile (dominio m) | Estructura técnica web | Listado de factores que influyen en el SEO para móviles | Cómo funciona Google en búsquedas para mobile.

- **ASO (App Store Optimization)**

¿Qué es ASO? | Checklist ASO o SEO para Apps | Búsqueda de keywords | Herramientas para ASO | Posicionamiento de Apps en Google Play y Apple Store.

- **SEO local**

La importancia del SEO Local | Búsquedas previas de tu negocio y la competencia | Análisis de keywords para SEO Local | Qué se optimiza para el SEO Local (Google My Business y NAP).

- **SEO para Youtube**

¿Por qué se debe realizar la optimización de vídeos? | Análisis de palabras clave para vídeos | Qué elementos se optimizan en los vídeos de Youtube | Analítica en Youtube.

Temario

MÓDULO**06**

[3 SEMANAS]

Email Marketing

Con el email marketing se pueden ahorrar costes de comunicación, reducir tiempos de respuesta a una oferta y realizar una personalización efectiva (one-to-one). Aprenderá a realizar campañas eficaces con plataformas profesionales.

- **Introducción al email marketing**

Fundamentos Legales | ¿Cómo enviar email marketing legalmente en todo el mundo? | ¿Cómo conseguir que los ISP no crean que somos spammers? | Estrategia de campañas de Email Marketing | Desarrollar y Gestionar de campañas de Email Marketing | Email Marketing Planning | Permission Marketing | Listas.

- **Gestión de campañas de email marketing**

Database Marketing | Técnicas de Diseño y Comunicación de campañas de Email Marketing | Requisitos Técnicos para lanzar campañas de Email Marketing | desarrollo de piezas creativas y programación | Mobile email marketing | Medición y análisis de resultados.

- **Plataformas profesionales**

Proveedores profesionales de campañas de email | Mailchimp | Mailrelay | Mailjet | Sender | Acumbamail | Sendinblue | Sendgrid.

Temario

MÓDULO

07

[8 SEMANAS]

SEM

En este módulo aprenderá a realizar campañas de Google Ads: Creación de anuncios eficaces, optimización de presupuestos, dimensiones, informes personalizados, campañas de google ads para mobile o campañas de google shopping.

• Primeros pasos con Google Ads

Creación de una cuenta de Google Ads | Seguimiento de conversiones y enlace Google Analytics | Política editorial de Google | Conceptos de la red de búsqueda | Organización de campañas y grupos de anuncio | Tipos de orientación de campañas | Como manejar las palabras clave: investigación y concordancia | Presupuestos y tipos de oferta.

• Herramientas de Google Ads

Historial de cambios | Planificador de palabras clave | Herramientas de puja y presupuesto | Editor de Google Ads | Conceptos básicos del editor de Google Ads | Funcionalidades generales | Operaciones habituales | Backup, importación y exportación.

• Anuncios: efectivos y eficaces

Como crear buenos anuncios de texto | Filtrado y optimización de anuncios | Inserción dinámica de palabras clave (DKI) | Extensiones del anuncio | Mejorar tus anuncios usando extensiones | Extensión de ubicación | Enlazar Google Ads con Google Places | Extensión de llamada | Valoraciones del vendedor | Enlaces de sitio | Programación de extensiones | Medir y optimizar extensiones | Anuncios dinámicos de búsqueda | Como configurar una campaña de Anuncios dinámicos de búsqueda (DSA) | Auditar y optimizar el sitio web para DSA.

• Dimensiones, Filtros, Segmentación y Agrupaciones

Dimensiones y métricas | Filtrado de los datos | Expresiones Regulares | Filtrado en la creación de vistas | Cómo configurar filtros básicos | Cómo configurar objetivos y el comercio electrónico | Segmentos | Segmentación básica y avanzada | Agrupación de Contenido | Agrupación de Canales | Objetivos y funnels | Informes | Personalizados.

• Presupuestos: Rendimiento, rentabilidad y crecimiento

Fundamentos básicos del presupuesto de campañas | ¿Cómo impacta el presupuesto en el beneficio? | Calcular el valor de las conversiones | Escalando el presupuesto según el rendimiento | Creación de campañas rentables | Mejorar el rendimiento cuando se reduce el presupuesto | Selección de métricas para maximizar la rentabilidad.

Temario

MÓDULO**07**

[8 SEMANAS]

SEM

En este módulo aprenderá a realizar campañas de Google Ads: Creación de anuncios eficaces, optimización de presupuestos, dimensiones, informes personalizados, campañas de google ads para mobile o campañas de google shopping.

- **Optimización de campañas de la Red de Búsqueda**

¿En qué consiste la optimización de nuestras campañas de Google Ads? | Informe de términos de búsqueda | Concordancias de palabras clave | Añadir palabras clave negativas | Cómo determina Google la posición de nuestros anuncios | Qué es el nivel de calidad y como optimizarlo | Análisis de rendimiento de campañas y grupos de anuncios | Desgranando el nivel de calidad | Qué ocurre con los clics no válidos | Optimización de las Páginas de destino | Creando un sitio móvil efectivo | Optimización del rendimiento | Oportunidades y alertas | Experimentos de campañas | Programación avanzada de campañas y extensiones.

- **Resultados: Informes, análisis y rendimiento**

Introducción al reporting de Google Ads | Personalización de columnas | Crear, guardar y programar informes | Encontrar, editar y eliminar informes | Operaciones habituales con hoja de cálculo | Rendimiento de cuenta, campañas y grupos de anuncios | Evaluando el rendimiento de los anuncios | Reportes de seguimiento de conversiones | Medición del rendimiento de palabras clave | Medición de alcance y frecuencia | Midiendo rendimiento geográfico | Midiendo y comparando rendimiento entre períodos de tiempo | ¿Cómo comparar el rendimiento? | Etiquetas en Google Ads | Análisis de segmentos | Google Ads Application Programming Interface (API).

- **Campañas de Google Ads para Mobile Marketing**

Configurar las pujas para dispositivos móviles | Grupos de anuncios específicos para móviles | Anuncios para móviles | Landings diseñadas para móviles | Extensiones de anuncios para móviles.

- **Google Shopping y Merchant Center**

Descripción general de un feed de datos | Formatos de feed de datos admitidos y el formato delimitado por tabuladores | Especificación de feed de productos | Enviar feeds de actualización del inventario de productos online | Información sobre el rechazo de productos por infracciones en los datos de producto | Configurar una campaña de Google Shopping | Administrar una campaña de Shopping con grupos de anuncios | Administrar una campaña de Shopping con grupos de productos.

Temario

MÓDULO

07

[8 SEMANAS]

SEM

En este módulo aprenderá a realizar campañas de Google Ads: Creación de anuncios eficaces, optimización de presupuestos, dimensiones, informes personalizados, campañas de google ads para mobile o campañas de google shopping.

• Campañas para la Red de Display

¿En qué consiste la red de Display de Google? | Interacción entre la Red de Display y la Red de Búsqueda | Formatos de anuncios de la red de Display | Anuncios gráficos | Sistema de aceptación de anuncios gráficos | Creador Anuncios Display.

• Optimización de campañas para la Red de Display

Optimización banners | Estrategias de oferta para Display: CPM, CPC y ECPC (CPM Efectivo) | Alcance, frecuencia y CTR relativo | Orientaciones de campaña | Funcionamiento orientaciones específicas | Ubicaciones de la Red de Display | DCO: Optimizador de campañas para la Red de Display | Google Creative Studio | Dynamic Creatives.

• Remarketing

¿Qué es el remarketing dinámico? | Crear una campaña de remarketing dinámico | Crear un feed para anuncios de display dinámicos | Añadir la etiqueta de remarketing dinámico a su sitio | ¿Cómo crear anuncios de display dinámicos?.

• Creación de campañas con vídeo Ads

Introducción a la publicidad en vídeo | Funcionamiento de la publicidad en vídeo | Estrategia de anuncios en vídeo | Creación y seguimiento de campañas de YouTube | Formatos de anuncio TrueView.

• Optimización de campañas con vídeo Ads

Remarketing en vídeo | Optimización de campañas de vídeo | Campañas de vídeo en anuncios adaptables | Segmentación de campañas de vídeo | Campañas internacionales.

• Exámenes Google Ads y Certificación en Google Partner

¿En qué consiste el programa de Google Partners? | Características del programa de Google Academy for Ads | Los exámenes para convertirse en Google Ads Certified: ¿Cómo superarlos? | Certificación Google Ads | Certificación Google Partners.

Temario

MÓDULO

08

[2 SEMANAS]

Mobile Marketing

El 70% del tráfico de internet se realiza desde smartphones. En este módulo aprenderemos a realizar acciones efectivas para mobile: campañas de branding, captación de leads o loyalty online.

• Estrategia de comunicación para mobile

Comunicación a través de Internet Mobile | Formatos publicitarios a través del móvil | Mobile AdServer: La publicidad en Internet mobile | Las capacidades del móvil: La integración en el mix de medios | Mobile marketing y las (nuevas) aplicaciones | El móvil y la ubicuidad | Integración de contenidos multiplataforma | Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización.

• Campañas de mobile marketing

Plan de medios digital para mobile | Creatividades y formatos para mobile | Adserver y plataformas de gestión de campañas para mobile | Optimización de presupuestos | Análisis de resultados y métricas.

Temario

MÓDULO

09

[4 SEMANAS]

Publicidad Programática

En este módulo comprenderemos cómo funciona la data y las estrategia de la Publicidad Programática: compra y venta programática. Además conoceremos algunas de las plataformas más importantes de DSP, SSP y DMP.

• Introducción a la Publicidad Programática

Entendiendo el proceso de compra programática | Real-time bidding y programmatic buying | Actores en el mercado de programática | Modelos de compra | De los datos a la información.

• Players y gestión de impresiones

BID Object ¿Qué es? | BID Request ¿Qué es? | Tipos de Modelos de compra | Características de cada modelo de compra | Diferencias entre los modelos de compra | Cómo se configuran los modelos de compra.

• Modelos de atribución

Modelos de atribución y diferencia entre ellos | Entender porque necesitamos uno | Entender en que puntos tenemos que medir | Por qué es básico en nuestra estrategia de datos | GAP para modelos de atribución | Ejemplos prácticos

• Estrategias de DMP

Funcionamiento de los DMP | Integración con DSP's y SSP's | Data Exchange internacionales | 1st, 2nd y 3rd party data | Optimización de campañas | Ejemplos prácticos.

• Data Management

Estrategia de datos | Comprender los datos desde el hit | Herramientas y plataformas de gestión | Análisis y resultados | Data automatizado | Mejora continua de resultados | Problemas y dificultades en la gestión de datos.

• Estrategias de DSP

¿Qué son y Cómo funcionan? | Planificación, precios, soporte y creatividades | DSP's en el mercado | Optimización de campañas | Práctica de compra programática | Inserción de pixeles | Planificación programática de medios | Inserción de script en creatividades | Upload de creatividades en adserving.

• Trading en compra programática

El trabajo diario del trader | Gestión de varios DSP en subastas | Tareas a realizar en compra programática | Recomendaciones en optimización de campañas | Obtener el mejor precio.

Temario

MÓDULO

10

[8 SEMANAS]

Social Media Marketing

Aprenderá a optimizar profesionalmente las redes sociales y conoceremos términos como engagement, Alcance, customer Social Relationship Management, Buzz Marketing, WOM o social media analytics.

- **Introducción al Social Media Marketing**

Plan estratégico integrado en redes sociales | Branding, construcción y gestión de la identidad digital | Social media audit y creación del plan social media | Elaboración de un presupuesto | Análisis de ingresos y gastos en social media | Cómo elaborar un plan estratégico de social media | Análisis de casos de éxito.

- **Social Media Management**

Responsabilidades del Social Media Manager | Social Media Management: claves del éxito de la gestión de comunidades y su integración en las estrategias de marketing | Perfil, tareas y día a día del Social Media Manager | Herramientas de gestión, programación, análisis y reporte | No alimentes al Troll o ¿Cómo vencer los comentarios negativos en las redes sociales? | Acciones para dinamizar y fidelizar una comunidad | El social media manager interno | Integración transversal en la organización | Casos de Estudio.

- **Las Relaciones Públicas en Social Media**

Identificar "Líderes de opinión" y su grado de implicación | Monitorización de la marca, del producto y de la competencia | Identificación de clima social de la marca | Gestión de la Reputación Corporativa Online | Construcción de blogs corporativos, newsletters, y pressrooms como herramientas de RRPP online | Identificación de las comunidades más importantes para las marcas | Marketing de Influencers: Cuándo aplicar estrategias de marketing de influencers y como identificarlos | Casos de Estudio.

- **Marketing en Facebook**

Gestión de contenidos en Facebook | Errores frecuentes y Best Practices | ¿Cómo crear anuncios PPC segmentados de éxito en FB? | Creación de grupos vs. página de fans | Promociones, cupones y comercio electrónico en FB | Fidelización en FB | Promoción de eventos | Análisis de métricas en FB | Boots en Facebook | Automatización de respuestas y mayor ventas | ¿Cómo conseguir más alcance y engagement? | Casos de Estudio.

- **Marketing en Twitter**

Gestión de contenidos en TW | Errores frecuentes y Best Practices | Estrategia focalizada en la personalización | Layout y funcionalidades eficaces de TW | Formatos Publicitarios en Twitter y campañas de éxito | ¿Cómo conseguir los followers? | Retención de followers | Herramientas de gestión multiusuario | Tracking de tweets y retweets | Casos de Estudio.

Temario

MÓDULO**10**

[8 SEMANAS]

Social Media Marketing

Este módulo aprenderemos a optimizar profesionalmente las redes sociales y conoceremos términos como engagement, Alcance, customer Social Relationship Management, Buzz Marketing, WOM o social media analytics.

- **Marketing en Instagram**

Estrategias que funcionan en Instagram | Administración y herramientas en Instagram | Cómo gestionar Instagram para empresas | Cómo mejorar el número de seguidores y el engagement | Cómo aumentar la visibilidad, agregar a espacios o crear mensajes directos | Análítica y métricas en Instagram | Instagram Ads: cómo hacer promociones y vincular al usuario | Gestión de videos en Instagram | Ecommerce en Instagram | Casos de Estudio.

- **Youtube y otras redes de video**

Importancia de la comunicación vía audiovisual | ¿Cómo desarrollar un plan de medios en Youtube? | Factores de viralidad | Formatos publicitarios: desde True view hasta integración con Ecommerce | Canales corporativos | Generación de listas de distribución de contenido | Herramientas para Video Marketing | Youtube Analytics | Casos de Estudio.

- **Marketing en LinkedIn**

El uso de LinkedIn para profesionales, autónomos, pymes y empresas | LinkedIn y marca personal para profesionales del marketing y comunicación | Perfiles personales: cómo optimizar un CV online | Grupos y páginas de empresa | Usos y aplicaciones de LinkedIn para empresas B2B y B2C | El uso del video nativo en LinkedIn | KPIs relevantes en LinkedIn | Content e inbound marketing aplicado a LinkedIn | LinkedIn Ads y uso de LinkedIn para divulgación de contenidos | Casos de Estudio.

- **Herramientas de medición, analítica y gestión en Social Media**

Herramientas de medición y gestión: desde Hootsuite, Google Analytics a otras herramientas de pago y gratuitas | Métricas de marca y negocio aplicadas a las redes sociales | Elaboración de un cuadro de mando social. Integración de todos los resultados en las distintas redes en un informe | Análisis de datos aportando valor a datos numéricos y gráficas | Valoración de objetivos y KPIs: recomendaciones para optimizar tu estrategia en redes sociales | ROI de Social media | Casos de Estudio.

- **Inbound Marketing**

Gestión de contenidos: publicación y viralización | Inbound marketing: plan de contenidos para inbound | Instalación y creación de un blog | WordPress avanzado y uso de plugins | Cómo desarrollar una estrategia de contenido para blogs | Cómo potenciar un blog con infoproductos: ebook, guías, guías, cursos online | Cómo combinar el retargeting de PPC con el Inbound Marketing | Tipos de lead magnets que podemos utilizar para captar suscriptores.

Temario

MÓDULO

11

[4 SEMANAS]

Social Ads

Este módulo conoceremos las opciones de segmentación que nos brindan las plataformas publicitarias de Facebook, Instagram, Twitter o LinkedIn. El alumno se convertirá en un especialista de campañas digitales con Social Ads.

• Facebook & Instagram Ads

Apertura de cuenta de publicidad | Historias patrocinadas, promoción de publicaciones, ofertas y eventos | Captación eficaz de fans | Landing page onsite y off site | Creatividades y copys efectivos | Segmentación multivariable | Presupuestos y tipos de campañas | Analítica de resultados y benchmarking continuo | Retargeting de campañas y anuncios dinámicos | Realización práctica de una campaña en Facebook..

• Twitter Ads

Apertura de cuenta | Gestión de campañas | Tipos de Twitter ads: Tweets promocionados | Cuentas promocionadas, Temas del momento promocionados y anuncios políticos | Tipos de campañas: Seguidores, Clics en sitios webs o conversiones, | Instalaciones o interacciones con aplicaciones, clientes potenciales, personalizados | Tipo de creatividades: Tweets y tarjetas | Medición de resultados y analítica | Audiencias personalizadas | Retargeting en Twitter | Optimización de campañas | Desarrollo de campañas en real time.

• LinkedIn Ads

Apertura de cuenta de publicidad | Landing page onsite y off site | Creatividades y copys efectivos | Segmentación multivariable | Presupuestos y tipos de campañas. | Analítica de resultados y benchmarking continuo | Realización práctica de una campaña en LinkedIn.

Temario

MÓDULO

12

[4 SEMANAS]

Consumer Engagement

Este módulo enseña cómo realizar una estrategia de consumer engagement, plan de fidelización online y optimización de sus acciones de loyalty utilizando algunas de las herramientas profesionales.

• Introducción al consumer engagement

La evolución del concepto de Marketing: del Marketing Transaccional al consumer engagement | El valor del cliente | Fidelidad y la satisfacción de los clientes | Costes de cambio y Beneficios percibidos | Momentos de la verdad | Elementos de vinculación | Cómo la fidelidad genera valor para la empresa.

• Segmentación

Características de una buena segmentación | Análisis de segmentación | Herramientas de segmentación | Criterios de segmentación | Comportamiento de compra (modelo RFI+P) | Gestión de la base de clientes.

• Estrategia de Consumer Engagement

Capacidad para identificar y distinguir clientes | Capacidad para comunicar de manera personalizada | Capacidad para adaptar la propuesta de Valor | Desarrollo de la relación | Ciclo de vida del cliente | Indicadores de engagement | Co-creación: implicando al cliente en la creación de valor | Clientes no rentables.

• Programas de Fidelización online

¿Cómo construir un club o programa de fidelización? | Factores para el éxito | Problemas frecuentes | Gestión profesional de programas de fidelización | Herramientas de fidelización | Redención de beneficios para clientes | Cálculo de coste de fidelización de clientes | Comunidades verticales virtuales.

• Customer Journey

MOT (Moment Of Truth) y Programas de escucha de la Voz del Cliente | Customer Journey Mapping y mapa de empatía | Touch Points (el día a día de los puntos de control o contacto) | Herramientas de medición y análisis.

Temario

MÓDULO

11

[6 SEMANAS]

Analítica y métricas digitales

En este módulo aprenderá las principales funcionalidades de Google Analytics: desde cómo se recogen los hits y Google Analytics interpreta esos datos para convertirlos en informe hasta informes avanzados y automatizados para eCommerce.

• Google Tag Manager I

¿Qué es Google Tag Manager? | Alta e Instalación | Cuentas, Usuarios, Contenedores y Dominios | Cookies y Seguridad | ¿Qué es una etiqueta? | Creación y administración de etiquetas | Etiquetas de Google | Etiquetas de terceros | Etiquetas de página vista, eventos y conversiones de Bing | Etiquetas de página vista, eventos y conversiones de Facebook | Etiquetas de página vista, eventos y conversiones de Twitter | Etiqueta de javascript personalizada | Vista previa | Publicación con Google Tag Manager.

• Google Tag Manager II

Activadores. ¿Qué es y cómo se crea? | Página vista, Clic y Formulario | Timer: Temporizador | Cambio en el historial | Configuración de Eventos de Google Analytics | Eventos Automáticos de Google Tag Manager | Evento personalizado | Eventos con interacción y eventos sin interacción.

• Conceptos básicos y recopilación de datos en Google Analytics

Metodología de implementación | Código GA | Cookies | Auditoría de la página a medir | Límites de GA free | Documento de etiquetado | Revisión implementación | Componentes de la plataforma | Modelo de datos | Visión general de la recopilación de datos | Expresiones regulares | Eventos | URL virtuales | Medición de páginas de error | Recopilación de datos en Google Analytics | Recopilación de datos de campaña | Recopilación de datos de sitios web | Recopilación de datos de aplicaciones para dispositivos móviles | Recopilación de datos del Protocolo de medición.

• Procesamiento y configuración de Google Analytics

Visión general del procesamiento y de la configuración | Conversión de visitas en sesiones y usuarios | Cómo importar datos en Google Analytics | Carga de datos externos en Google Analytics | ¿Cómo transformar y agregar datos? | Agrupación de canales y contenidos en Google Analytics | SEO y Google Analytics.

• Dimensiones, Filtros, Segmentación y Agrupaciones

Dimensiones y métricas | Filtrado de los datos | Expresiones Regulares | Filtrado en la creación de vistas | ¿Cómo configurar filtros básicos? | ¿Cómo configurar objetivos y el comercio electrónico? | Segmentos | Segmentación básica y avanzada | Agrupación de Contenido | Agrupación de Canales | Objetivos y funnels | Informes | Personalizados.

Temario

MÓDULO

12

[6 SEMANAS]

Analítica y métricas digitales

En este módulo aprenderá las principales funcionalidades de Google Analytics: desde cómo se recogen los hits y Google Analytics interpreta esos datos para convertirlos en informe hasta informes avanzados y automatizados para eCommerce.

• Análisis de Campañas con GA

Google Ads | Facebook Ads & Instagram Ads | Twitter Ads | Bing Ads | SEO | Email Marketing | Remarketing | Afiliación | Vídeo | Publicidad programática.

• Secciones de los informes de Google Analytics

Visión general de los informes | ¿Cómo crear informes con dimensiones y métricas? | Dimensiones y Métricas personalizadas | El API de los informes | Seguimiento de campañas on y offline | Muestreo en los informes | Informes de audiencia | Informes de adquisición | Informes de Google Ads | Informes de comportamiento | Informes y paneles de control personalizados.

• Análisis cualitativo y cuantitativo

Analítica vertical, horizontal y diagonal | Informes personalizados | Google Analytics Spreadsheet add-on | Google Data Studio | Paneles de Google Analytics | Cuadros de mando y Dashboards.

• Análisis avanzado

Dimensiones y métricas personalizadas | Segment Builder: Segmentos avanzados | Análisis de la competencia | Agrupaciones de contenidos | Tracking de usuarios | Marketing automation | Inbound marketing | Importación de datos.

• Google Analytics para Mobile Apps

Conceptos claves | Implementación Técnica | Configuración en el tracking | SDK y Firebase | Informes de Google Analytics para móviles.

• Medición y análisis de eCommerce

Proceso de análisis de la conversión | Definición de Objetivos en Google Analytics | Ponderación económica de objetivos | Métricas e informes de conversión | Funnels de conversión | Valor de la página | Tracking de un eCommerce | eCommerce clásico | eCommerce mejorado | Métricas e informes de eCommerce | Embudos multicanal | Los click y la asistencia en la conversión.

• Sección de los informes de conversiones

Informe de flujo de objetivos | Informes de comercios electrónico | Informes de embudos multicanal | Informes de atribución.

Temario

MÓDULO

13

[3 SEMANAS]

Comercio electrónico estratégico

En este módulo enseñamos como realizar estrategias de comercio electrónico, plan de comunicación digital internacional y optimización de sus inversiones utilizando herramientas profesionales eficaces.

• Introducción al eCommerce

Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias | Modelos de negocio de comercio electrónico | DAFO Comercio electrónico | Segmentación del e-consumidor: Perfiles, análisis cluster, valoración económica y análisis de la demanda | Estrategias de mercado/producto: Desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo | Factores Críticos de Éxito en el comercio electrónico | Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta | Marketing-Mix: Política de producto, distribución, promoción y precio | Cuadro de mando integral en negocios on line.

• Estrategias de campañas de venta online

Planificación de Estrategias de Captación | Soportes, formatos y oportunidades | Las claves para comunicar de manera eficaz a través de la web | Minisites para campañas de promoción | Product Placement en internet | Email Marketing | Affiliate Marketing | SEM y SEO | Campañas de display | Relaciones Públicas en internet | Acciones co-branded | E-retailer: webs del distribuidor | Publicidad Contextual | Generación de base de datos online | Cómo realizar campañas a través de redes de afiliación | Modelos de negocio: CPL, CPI, CPA | Precios de campañas | Campañas internacionales | Negociación entre publisher, affiliate y anunciante.

• eCommerce Internacional

La Venta Internacional | Acceso a los Mercados Internacionales | Plan de Marketing Internacional | La comunicación internacional | El Producto en el Mix Internacional | Distribución internacional | Gestión de precios internacional | Control de Resultados: Las Desviaciones de Margen.

• Legalidad y Fiscalidad en Comercio Electrónico

Leyes de protección de datos: RGPD, Can-Spam y otras | Gestión de Impuestos indirectos en ventas internacionales | Legislación internacional de protección de los derechos del consumidor | Pagos de impuestos según donde se encuentre la tienda online o los econsumidores.

Temario

MÓDULO

14

[6 SEMANAS]

Desarrollo de tienda online

Este módulo nos permite aprender a cómo desarrollar y gestión de tiendas online / mobile apps. Además conoceremos las tecnologías, CMS y gestores de tiendas online cómo Woocommerce, Prestashop o Magento.

• Desarrollo web

Dirección y gestión de proyectos on line | Organización de un departamento de programación de eCommerce | Dirección de Arte Digital | Usabilidad de la web | Arquitectura de la información | Catalogo y contenidos: verificación, procesado, herramienta de catalogo | Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end | Experiencia de usuario | Contenidos, inventario, estructura, "Card-sorting" | Desarrollo del gestor de contenidos | Creación de contenidos web.

• Tecnología Web

Aspectos técnicos fundamentales para el desarrollo de websites | Tecnología aplicada al eCommerce | Servidores, lenguajes de programación y Adservering | Html, php, programación nativa | Pixels, cookies y scripts | Comprendiendo la utilidad de Google Tag Manager | Optimización del Adservering | Redirect | Vast/Vpaid | Informes profesionales.

• WordPress & WooCommerce

Instalación de WooCommerce en WordPress | Vista general de WooCommerce | Configuración de la tienda online | Gestión de categorías e inventarios | Gestión de productos | Gestión de precios e impuestos internacionales | Formas de envío y costes | Medios de pagos.

• Prestashop

Instalación en servidor | Diseño y cambios | Categorías, proveedores y productos | Gestión de menú y del CMS | Aprovisionamiento y compras | Gestión de pedidos | Gestión de precios, impuestos y monedas | Métodos de pago | Gestión de envíos y tarifas.

• Magento

Instalación de Magento | Configuración de módulos | Categorías, proveedores y productos | Gestión de menú y del CMS | Gestión de productos | Gestión de pedidos y clientes | Gestión de precios y monedas | Métodos de pago | Gestión de envíos y tarifas | Gestión de Impuestos.

• Mobile Apps

Aspectos técnicos fundamentales para el desarrollo de apps | Programación de apps para iOS y Android | Distribución de contenidos y usabilidad en mobile apps | Experiencia de usuarios en apps | Apertura de cuentas en Google Play y Apple Store | SDK y analítica de datos en apps | Gestión de actualizaciones de apps.

Temario

MÓDULO

15

[6 SEMANAS]

Marketplaces

En este módulo aprenderá como vender en Amazon, ebay, AliExpress o Mercadolibre. Cómo funcionan los marketplaces para sacarles el máximo rendimiento. ¡Cualquier pyme puede vender en cualquier país del mundo!.

- **Introducción a los markeplaces**

¿Qué son y dónde encajan los marketplaces? | Taxonomía de los marketplaces: Qué tipos hay, cuántos son y cuáles son los principales | Conflicto de canales, conflictos de medios y e-marketing híbrido | Supply Chain management | E-Procurement | E-Marketplace | Modelos de Negocio Avanzados | Principales características y particularidades de Amazon, Mercadolibre, eBay y AliExpress | Monitorización de la competencia y de precios.

- **Amazon**

Gestión de Amazon Seller Center | Monitorización de Competencia y de precios | SEO en Amazon | Análisis de Keywords en Amazon | Gestión del feedback y comentarios públicos de clientes | Precios dinámicos | Estrategias de repricing | Gestión de Ventas internacionales.

- **AliExpress**

Dar de alta en la plataforma | Formas de venta: venta propia, reventa y afiliación | Gestión de inventario y pedidos | Aliplugin en Wordpress | Utilización de Alipay y sistema de facturación internacional | Gestión de impuestos y tasas | Promoción de productos dentro del marketplace.

- **eBay**

Configuración de la cuenta de vendedor | Gestión de inventario y productos | Gestión de pedidos | Utilización de paypal y sistema de facturación internacional | Gestión de impuestos y tasas | Promoción de productos dentro del marketplace | Gestión de devoluciones y reclamaciones | Gestión de Ventas internacionales.

- **Mercadolibre**

Creación de una cuenta de vendedor | Gestión de inventario y productos | Gestión de pedidos | Medios de pago y sistema de facturación internacional | Gestión de impuestos y tasas | Promoción de productos dentro del Marketplace | Gestión de devoluciones y reclamaciones | Gestión de Ventas internacionales.

Temario

MÓDULO

16

[6 SEMANAS]

Proyecto Final & Stages

La parte práctica del Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital se resuelve en un proyecto final real, donde los alumnos desarrollarán un plan de marketing digital real para una empresa. Además, aquellos alumnos que lo deseen, tendrán un stage en España, México y USA, donde se visitarán las centrales corporativas de las empresas más importantes en Madrid, Ciudad de México y San Francisco.

• Proyecto Final

Desarrollo de Plan de Marketing Digital | Simulador empresarial de marketing digital | Creación de un cuadro de mando integral para marketing digital | Selección de equipo | Marketing Digital Internacional.

• Stage en España (Optativo)

Marketing Digital en el mercado europeo | Seminarios prácticos | Visita a empresas: GroupM, Banco Santander, Telefónica, BBVA, Osbourne Clark Lawyers..

• Stage en México (Optativo)

¿Cómo hacer comunicación digital en Latinoamérica? | Seminarios prácticos | Visita a empresas: Telmex, Televisa, High Protein, Grupo Modelo, FEMSA, CEMEX...

• Stage en San Francisco, USA (Optativo)

Marketing Digital para el mercado USA | Seminarios prácticos | Visita a empresas: Apple, Google, Twitter, Facebook, LinkedIn...

Profesores

Profesionales internacionales de reconocido prestigio...



mediara
the ecosystem company

EDUARDO LIBEROS (España)

CEO de Mediara. Director del Área Académica de Marketing Interactivo en IEDGE Business School.

Licenciado en Marketing y Máster en Dirección Financiera por ESIC. MBA por la Universidad Politécnica de Cataluña. Máster en Sistemas y Tecnología de la Información por el Instituto de Empresa. Postgrado en Management Research por Harvard University. Postgrado en Competitive Marketing Strategy por Wharton.

Co-autor de "El Libro del comercio electrónico" y "El Libro del Marketing Interactivo y Publicidad Digital" editados por ESIC Editorial. Clientes gestionados en Internet a internacional: Renault, AMC, Tena, Private, Monster, Turespaña, Famosa, Yahoo, Dell, BNP Paribas, Movistar, Telefonica, Banco Santander, BBVA, Repsol...



groupm

ÁLVARO NÚÑEZ (España)

Head of Content Latin América (GroupM).

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por ICADE, especialista en Dirección de Marketing y Comercial por la Cámara de Comercio e industria de Madrid y Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital y Management por el Instituto de Empresa.

Ha sido CEO de SWIM, Director General de Special Actions & Entertainment en GroupM España, Director de Comunicación no Convencional de Media Planning Group, Director de Acciones especiales de la cadena de TV generalista Cuatro y de la plataforma de TV de pago Digital+.

Co-autor del Libro del Marketing Interactivo y Publicidad Digital" editado por ESIC Editorial.



ethink
driving sales

SERGIO GONZÁLEZ (España)

Socio Fundador ethink.

Uno de los máximos especialistas en Publicidad digital en español, es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid.

Ha sido Director de Servicios al Cliente de netthink Isobar, Director de Ecosistemas Digitales en Carat y Responsable del Product Office de Carat.

Profesores

Profesionales internacionales de reconocido prestigio...



EVA ZAERA (España)

Associate Director E-Customer Engagement en Coca Cola European Partners.

Licenciada en derecho por la Universidad Autónoma de Madrid, Máster GESCO por ESIC y Máster en Marketing relacional Directo e Interactivo por ICEMD.

Ha trabajado como Digital Marketing Director en L'Oreal, Digital & Direct Marketing Manager en Douglas, Customer Manager en Sanitas y Business Manager en American Express.



ERASMO LÓPEZ (Chile)

Social Media Strategist en Schibsted.

Periodista licenciado en comunicación social. Máster en aplicaciones multimedia y espacios internet en la Universidad Politécnica de Catalunya, España. Profesor de Marketing y Web 2.0.

Experiencia en la definición, implantación y dinamización de redes y comunidades sociales. Más de 15 años de experiencia ligado a internet realizando funciones de Social Media Management en proyectos como Fotocasa, Infojobs ó Habitacalia



ÓSCAR LÓPEZ (España)

Audience Chapter Lead en Orange.

Licenciado en Psicología por la Universidad Camilo José Cela y Máster en Marketing Management por ESIC.

Ha desarrollado su carrera profesional en Prisa como Senior Business Insights & Audience Data Analyst, en Direct Seguros como web analytics, en Financial Times como Advertising Audience Analyst y en Mutua Madrileña como Digital Intelligence Strategist.

Profesores

Profesionales internacionales de reconocido prestigio...



SERGIO PRIETO (España)

Senior Digital Marketing en Mapfre.

Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid y Comunicación Multimedia por la Universidad Francisco de Vitoria. Máster en Publicidad y Comunicación Empresarial por ESIC y Digital Marketing ICEMD-ESIC.

Responsable de implementación del Plan de marketing digital del Programa de Fidelización de MAPFRE Iberia. Ha desarrollado su actividad profesional vinculada a la comunicación y la publicidad en los sectores de Ocio deportivo y Entidades Aseguradoras. (MVA, Verti, MAPFRE).



CARAT

ÁLVARO MORALES (España)

Digital Media and Innovation Leader en Carat.

Licenciado en Marketing por ESIC y Master en eCommerce por The University of Queensland.

Ha desarrollado su carrera en Carat, siendo Digital Account Manager en Netthink, y Digital Account Director en Isobar.



nw

JOSÉ ANTONIO MIRANDA (España)

CEO Naawa.

Licenciado en Ciencias Matemáticas en la rama de Estadística e Investigación Operativa por la UNED y Executive MBA por ESIC Business & Marketing School.

Ha sido Jefe de Campo en el Censo 2001 en el Instituto Nacional de Estadística de España, Manager del departamento de Investigación y Servicios de Marketing de Carat, Jefe de Proyectos del departamento de Recursos Estratégicos de Zenithmedia, Data & Analytics Director en Havas Digma y Regional Director for Analytics & Insights, Latin America at WaveMaker.

Es co-autor del libro "Publicidad online: Las claves del éxito en Internet"

Profesores

Profesionales internacionales de reconocido prestigio...



WYSIWYG*

JAVIER SOLO (España)

Director Creativo digital en WYSIWYG.

Técnico Superior en Diseño Gráfico. Ha sido Director de Arte/Creativo en net-think, y en agencias como Brandmedia, Publicis, Euro RSCG 4D I eOne, Cp proximity y shackleton, trabajando para clientes como Movistar, Vodafone, Volvo, Ono, Control ,Canal+, ... A lo largo de este tiempo ha sido reconocido con múltiples premios en festivales nacionales e internacionales: El Sol, Echo Awards y John Cattles Awards entre otros.



VIAJES El Corte Inglés

KRISTEL MARTOPOULOU (Grecia)

Responsable de las campañas de Display, Afiliación y Metabuscadors en Viajes el Corte Inglés.

Licenciada en Económicas por la Universidad de Atenas, Máster en Nuevas tecnologías por la Université des Sciences et Technologies de Lille.

Anteriormente trabajaba en el departamento de Adquisición de Trafico en el grupo eDreams Odigeo.



iProspect
Driving Business Performance

JUAN CARRERO (España)

Head of Paid Search en iProspect.

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Certificado en Google Ads y Analytics, Google Video, en Bing Ads y en Marin Software.

Anteriormente ha sido Head of Paid Search en DigitasLBi, Search Head & SEO Account Manager en Big Mouth, online campaign manager en Domestika y Web Content editor en The Cocktail.

Profesores

Profesionales internacionales de reconocido prestigio...



MarcaSfera

ALEJANDRO RIVAS (España)

Socio de **MarcaSfera**.

Es licenciado en Marketing y Dirección de Empresas y Máster en Marketing por la Escuela Superior de Estudios de Marketing.

Trabajó en www.plus.es y en Saint Gobain compaginándolo con los últimos años de carrera. Vendió su primer blog publicitario en el año 2006, su primera campaña de comunicación con bloggers en 2007, su primera campaña en Facebook a finales de 2008 y su primera acción en Twitter en el 2009.



FABIO PREMOLI (Italia)

Senior Product Data Analyst en **Infojobs**.

Licenciado en Economía por la Università Cattolica del Sacro Cuore, Máster en Comercio Electrónico por la Universidad de Salamanca, actualmente es. Especialista SEO y de analítica web con 8 años de experiencia en la definición, desarrollo y gestión de procesos de Posicionamiento en Buscadores enfocados a la conversión e implementación en entorno difíciles de Publicidad Programática y de la formación in house para los empleados de esta herramienta de analítica web.

En su trayectoria profesional ha podido trabajar con clientes top de sus respectivos sectores como Viajes El Corte Inglés, Rumbo, Sol Meliá, Edreams, IE business School, NH Hoteles y SEAT.



Maruchi

QUICO RUBIO (España)

Director creativo y socio fundador en **Maruchi**.

Publicitario con más de 18 años en la profesión, especializado en branding digital y conceptualización estratégica. Ha trabajado como Director de arte online en Netthink, y Director Creativo en Código Visual

Profesores

Profesionales internacionales de reconocido prestigio...



webedia.

JESSICA PALOMINO (España)

Head of Creative & Ad Operation en Webedia España.

Licenciada en Publicidad y Relaciones Pública por la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado como diseñadora web en Homeaway y Jet Multimedia.



ethink
driving sales

LETICIA HERRERO (España)

Socia en ethink.

Licenciada en Periodismo por la Universidad Europea de Madrid. Máster en Dirección de la Empresa Audiovisual por la Universidad Carlos III, Máster en Publicidad y Comunicación Empresarial por ESIC y Máster en Comunicación Institucional y Política por la Universidad Carlos III.

Ha trabajado en agencias multinacionales como Initiative Media, netthink isobar, Carat y Havas para clientes como The Walt Disney Company, Philips, L'Oréal, BMW, Diageo, Telefónica, Movistar y Canal +.



#MEDIASMART
MOBILE FIRST. TRANSPARENT. POWERFUL.

TIAGO VILA (Portugal)

Head of Analytics de Mediasmart

Licenciado en Ciencias Económicas en la Universidad de Porto y analítica en British Columbia, donde fue galardonado con el UCB Award por sus méritos logrados en este campo.

Lleva 5 años ayudando a los anunciantes a invertir de forma efectiva en publicidad programática para móviles. Trabajó anteriormente en compañías punteras del sector de Internet como Meetic, donde ocupó el cargo de Affiliate Manager durante más de tres años, EyeWonder o TradeDoubler. Su educación pluridisciplinar le ha otorgado una visión holística del mercado mobile.

Profesores

Profesionales internacionales de reconocido prestigio...



IEDGE BUSINESS SCHOOL

JAVIER GARCÍA (España)

CMO @ IEDGE Business School.

Licenciado en marketing por el Tecnológico de Monterrey, Máster en Marketing por Kellogg School of management, MBA por IEDGE Business School.

Ha trabajado en departamentos de Marketing en Sony, Marketing Manager en Pepsico. Especialista certificado en Google Ads y Google Analytics.

En su trayectoria profesional ha dirigido campañas de marketing digital para más de 35 clientes en más de 50 países y está considerado uno de los líderes en marketing digital en Latinoamérica.



JESÚS VELASCO (España)

Client Partner Twitter.

Licenciado en Publicidad y RRPP por la Universidad San Pablo CEU.

Ha desarrollado su carrera profesional en Hearst Magazine y Vodafone



DAYANA PEREIRA (Venezuela)

RTB and Programmatic Specialist at Unidad Editorial.

Licenciada en Comunicación Social y Magister en Administración de Empresas por la Universidad Católica Andrés Bello.

Ha trabajado como logger en Sony y Especialista en Marketing digital por el Banco Exterior.

Profesores

Profesionales internacionales de reconocido prestigio...



VIAJES El Corte Inglés

MARIO FERNÁNDEZ (España)

Técnico en Marketing Online en Viajes El Corte Inglés.

Graduado en turismo por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección de Empresas y posteriormente Máster en Nuevas Tecnologías por la Universidad Antonio de Nebrija en colaboración con el Centro de estudios Ramón Areces.

Actualmente Técnico en Marketing Online llevando la gestión de la campañas de compra programática de Viajes El Corte Inglés.



ClarínX

MARIELA GENTILE (Argentina)

Jefe de monetización digital en Clarín.

Licenciada en Administración por la Universidad de Buenos Aires,

Ha desarrollado su carrera profesional en HP como analista de sales operations y procesos de calidad, en Telecom Personal como Analista de Negocio y en el grupo Clarín como responsable de desarrollo comercial exterior y jefe de monetización digital.



AdQuiver

SALVADOR GATJENS (España)

Programmatic Trader en Adquiver.

Licenciado en Publicidad por la Universidad Complutense.

Ha desarrollado su carrera profesional como Programmatic and Data Prisa en Brand Solutions y Account Manager en Outbrain y Placebo.



Titulación

*Conviértase en Máster en
Dirección Comercial &
Marketing Digital.*

Una vez superado todos los ejercicios, exámenes y cumplido con los requisitos de asistencia a las clases en vivo y las tutorías personalizadas, obtendrá el Título en **Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital**.

La titulación en **IEDGE Business School** es de ámbito privado siendo muy apreciada por las empresas internacionales del sector del Marketing Interactivo y Publicidad Digital.

El Diploma del **Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital** da testimonio público de que el participante ha obtenido unos conocimientos prácticos de aplicación inmediata en temas específicos de gran relevancia para nuestro sector.

Además los alumnos de América que deseen pueden solicitar la **convalidación por el tratado de la Haya** que les reconoce los conocimientos adquiridos para trabajar en empresas de la Unión Europea.

Los alumnos que terminen el programa con éxito estarán preparados para superar los exámenes oficiales de Google para convertirse en **Google Ads Certified** y **Google Analytics Certified**. **IEDGE Business School** le asegura que Ud. superará los exámenes oficiales de Google. ¡Es un compromiso por escrito!



Certificaciones Google

Google tiene nuevas certificaciones:

- Certificación sobre las Campañas de Búsqueda de Google Ads.
- Certificación en Display de Google Ads.
- Certificación en Vídeo de Google Ads.
- Certificación en Medición de Google Ads.
- Certificación en Shopping.
- Certificación en Google Analytics.

IEDGE Business School se compromete a que cada alumno, supere con éxito el examen oficial de Google para titularse como [Google Ads Certified](#) y [Google Analytics Certified](#).

La titulación oficial de **Google Ads y Analytics Certified** es la mejor tarjeta de presentación en agencias de marketing digital, departamento de marketing o como consultor independiente.



Consiga las nuevas certificaciones oficiales de Google Ads y Google Analytics





Google Partner

Certificarse como **Google Ads Certified** es un requisito obligatorio para que su agencia de marketing digital pueda optar a convertirse en **Google Partner**.

Desde IEDGE Business School le asesoraremos gratuitamente para que su empresa consiga ser **Google Partner** y disfrutar de las innumerables ventajas que ofrece Google a sus mejores agencia.

La certificación como **Google Partner** abre las puertas a miles de clientes en todo el mundo.



Con la certificación oficial en Google Ads su empresa puede optar a convertirse en Google Partner.





Empresas

IEDGE Business School cuenta con la confianza de empresas internacionales a las que se ha formado, se tienen acuerdos y se está realizando una política activa de **partnerships**.



Testimonios

Testimonios y comentarios de nuestros alumnos...

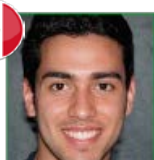


ÁLVARO MARTÍNEZ

Programmatic Manager en Mediara

[in linkedin.com/in/Alvaro-Martinez-07540914a](https://www.linkedin.com/in/Alvaro-Martinez-07540914a)

"Programa muy recomendable, profesores de primer nivel internacional y ejemplos reales"



ROY FLORES

Digital Account en Starcom

[in linkedin.com/in/roy-flores](https://www.linkedin.com/in/roy-flores)

"Casos prácticos reales y aplicables en mi empresa. Felicitaciones a IEDGE"



IRIS SANDOVAL

Digital Specialist en Carat

[in linkedin.com/in/iris-sandoval-0ab58b156](https://www.linkedin.com/in/iris-sandoval-0ab58b156)

"Tenía un tutor personal los 7 días de la semana con un conocimiento extraordinario de la materia"



MARCELA M. LENNAN

Digital Account Manager en Publicis

[in linkedin.com/in/marcela-m-lennan-marketing](https://www.linkedin.com/in/marcela-m-lennan-marketing)

"Es un programa totalmente práctico con muchos ejemplos y ejercicios en real"



JOSÉ VEGA

Digital Manager en Wunderman

[in linkedin.com/in/jose-vega](https://www.linkedin.com/in/jose-vega)

"Lo que más me gustó es que cada profesor es un profesional en activo que conocen la realidad del mercado"



PEDRO PÉREZ JARAMILLO

Digital Account en Mindshare

[in linkedin.com/in/pedroperezdigital](https://www.linkedin.com/in/pedroperezdigital)

"Este programa es avanzado y aplico los conocimientos adquiridos en mis clientes"



ARIANNA RODRÍGUEZ

Digital Marketing Specialist en IProspect

[in linkedin.com/in/arianna-rodríguez-digital](https://www.linkedin.com/in/arianna-rodríguez-digital)

"Iba aplicando cada contenido nuevo aprendido, en mi empresa"



EVA CONTRERAS

Google Ads en Starcom

[in linkedin.com/in/evatcontreras](https://www.linkedin.com/in/evatcontreras)

"Trabajando en agencia conocía el uso de herramientas digitales pero este curso ha superado mis expectativas"



ERICK FUENTES

Gerente General Vértice Publicidad

[in linkedin.com/in/erickfuentes](https://www.linkedin.com/in/erickfuentes)

"Aplicué en mis clientes todo lo que iba aprendiendo durante el programa"



ANDREA ROJAS

Lead Specialist en Starcom

[in linkedin.com/in/Andrea-rojas-mk](https://www.linkedin.com/in/Andrea-rojas-mk)

"En nuestra empresa, la parte de campañas es clave, y gracias a los profesores de IEDGE, pude mejorar en mi trabajo"



MARCELA F. VIDAL

Marketing Digital en Falabella

[in linkedin.com/in/marcela-f-vidal](https://www.linkedin.com/in/marcela-f-vidal)

"Estupendo programa, muy práctico, actualizado y enfocado a la realidad de las agencias de marketing digital"



CRISTINA PADILLA

Digital Marketing Manager en IProspect

[in linkedin.com/in/cristina-padillamk](https://www.linkedin.com/in/cristina-padillamk)

"Tengo experiencia en campañas digitales, pero en poco tiempo mejoré muchísimo mi conocimiento"



Requisitos y Precio

El precio del **Máster en Dirección Comercial & Marketing Digital (MDCMMD)** es de un único pago.

IEDGE Business School solicita de cada candidato los siguientes requisitos:

- ▶ Egresado universitario ó experiencia laboral de más de 3 años.
- ▶ El candidato deberá enviar formato de Inscripción al curso y Curriculum vitae.
- ▶ Firma del Contrato de Matrícula.

Una vez completado y aprobados los requisitos por parte de IEDGE Business School, el alumno deberá realizar el pago de la matrícula.

Para solicitar información del precio del programa, contacte con Laura Rodríguez:
Laura.Rodriguez@iedge.eu

(*) Los alumnis ó antiguos alumnos tienen precios especiales. ¡Pregunte por ellos!



Forma de pago

En IEDGE Business School disponemos de diferentes formas de pago online **100% SEGURO**, adaptándonos a tu forma habitual. Puedes pagar con:

- ▶ Tarjetas de Crédito: AMEX, VISA, Máster Card
- ▶ Tarjetas de Débito
- ▶ Paypal
- ▶ Western Union
- ▶ Transferencia





Becas

Consiga una
de las 100 **100%**
BECAS del

Desde **IEDGE Business School** apoyamos a los mejores candidatos...

Con el fin de apoyar el desarrollo emprendedor, la excelencia profesional y académica, **IEDGE Business School** tiene firmado convenios con diferentes Instituciones y Fundaciones en Europa y América para la concesión de BECAS a los mejores currículos.

Para más información, escriba a Laura.Rodriguez@iedge.eu ó acceda a www.iedge.eu/becas



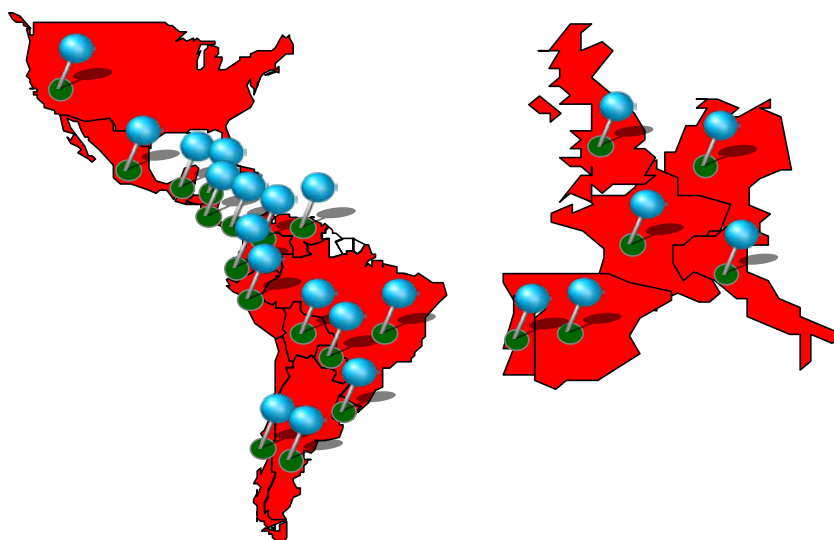
Fundación Pami
por el desarrollo de la sociedad

Nota: Se aplicarán gastos de inscripción.



Networking y Alumnis

IEDGE Business School tiene una red de alumnis (antiguos alumnos) en toda América y Europa



Ventajas de los Alumnis

En **IEDGE Business School** cuidamos y mantenemos una red extensa de Alumnis en todos los países de América y los más importantes de Europa. Una vez finalizado el programa, cada alumni tiene un acceso a unos servicios internacionales :



- ▶ **Plan de formación continuo** : Una vez termine sus estudios tendrá acceso a contenidos actualizados de su programa formativo y otras áreas que Ud. Seleccione.
- ▶ **Becas de estudios permanentes**: Además tendrá una beca permanente en todos los programas sin caducidad en el tiempo.
- ▶ **Bolsa de Trabajo y Apoyos a Emprendedores**: Tendrá acceso a una bolsa de trabajo internacional en su área de interés. O si es emprendedor, puede optar a nuestra red de business angels y apoyo empresarial a nuevos proyectos.
- ▶ **Networking internacional**: Somos más de 3.000 alumnis en más de 20 países.

Programas

Consigue una beca **100%**

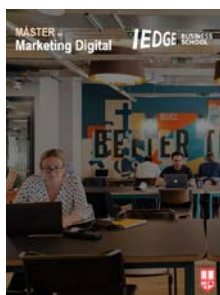
CONTENIDOS
ACTUALIZADOS AL **2022**

IEDGE Business School dispone de **BECAS 100%** (*) para los mejores C.V. Si desea más información del programa de BECAS 100%, contacte con Lrodriguez@iedge.eu.

Programas académicos con **BECAS al 100%** (*):

MÁSTER EN MARKETING DIGITAL

<https://www.iedge.eu/master-en-marketing-digital-convenio>



- **Duración:** 6 meses
- **Contenidos:** Actualizados a 2022
- **BECA:** 100%
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Profesores:** Internacionales
- **Certificación Google Ads:** Si
- **Certificación Google Analytics:** Si



MÁSTER EN ECOMMERCE

<https://www.iedge.eu/master-en-ecommerce-convenio>



- **Duración:** 6 meses
- **Contenidos:** Actualizados a 2022
- **BECA:** 100%
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Profesores:** Internacionales



MÁSTER EN DIGITAL ANALYTICS & BIG DATA

<https://www.iedge.eu/master-en-digital-analytics-big-data-convenio>



- **Duración:** 6 meses
- **Contenidos:** Actualizados a 2022
- **BECA:** 100%
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Profesores:** Internacionales
- **Certificación Google Analytics:** Si



MÁSTER EN GOOGLE MARKETING PLATFORM

<https://www.iedge.eu/master-en-google-marketing-platform-convenio>



- **Duración:** 6 meses
- **Contenidos:** Actualizados a 2022
- **BECA:** 100%
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Profesores:** Internacionales
- **Certificación Google Analytics:** Si
- **Certificación SA360:** Si
- **Certificación DV360:** Si
- **Certificación Campaign Manager:** Si



(*) Becas otorgadas por Instituciones y Fundaciones internacionales. Es necesario completar los requisitos que se soliciten. Las Becas se asignarán por orden de aprobación hasta agotar las plazas disponibles para cada convocatoria. Se pueden aplicar gastos de inscripción.

Para más información: Lrodriguez@iedge.eu

Programas

Consigue una beca **100%**

CONTENIDOS ACTUALIZADOS AL 2022

IEDGE Business School dispone de **BECAS 100%** (*) para los mejores C.V. Si desea más información del programa de BECAS 100%, contacte con Lrodriguez@iedge.eu.

Programas académicos con **BECAS al 100%** (*):

MÁSTER EN MARKETING DIGITAL & ECOMMERCE

<https://www.iedge.eu/master-en-marketing-digital-ecommerce-convenio>



- **Duración:** 6 meses
- **Contenidos:** Actualizados a 2022
- **BECA:** 100%
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Profesores:** Internacionales
- **Certificación Google Ads:** Si
- **Certificación Google Analytics:** Si

MÁSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL & MARKETING DIGITAL

<https://www.iedge.eu/master-en-direccion-comercial-marketing-digital-convenio>



- **Duración:** 6 meses
- **Contenidos:** Actualizados a 2022
- **BECA:** 100%
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Profesores:** Internacionales
- **Certificación Google Ads:** Si
- **Certificación Google Analytics:** Si

MÁSTER EN GROWTH HACKING & MARKETING AUTOMATION

<https://www.iedge.eu/master-en-growth-hacking-marketing-automation-convenio>



- **Duración:** 6 meses
- **Contenidos:** Actualizados a 2022
- **BECA:** 100%
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Profesores:** Internacionales
- **Certificación Google Analytics:** Si

MÁSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL & SOCIAL MEDIA

<https://www.iedge.eu/master-en-google-marketing-platform-convenio>



- **Duración:** 6 meses
- **Contenidos:** Actualizados a 2022
- **BECA:** 100%
- **Tipo de programa:** 80% online y presencial y optativo en España, México y San Francisco (USA)
- **Profesores:** Internacionales
- **Certificación Google Ads:** Si
- **Certificación Google Analytics:** Si

(*) Becas otorgadas por Instituciones y Fundaciones internacionales. Es necesario completar los requisitos que se soliciten. Las Becas se asignarán por orden de aprobación hasta agotar las plazas disponibles para cada convocatoria. Se pueden aplicar gastos de inscripción.

Para más información: Lrodriguez@iedge.eu



Contacto



+ 34 684 214 635

Laura Rodríguez

Gerente de Promoción

Laura.Rodriguez@iedge.eu

– España - México - USA - Canadá - Colombia - Perú - Argentina - Guatemala - Chile - Ecuador - Nicaragua - El Salvador - Honduras - Costa Rica - Panamá - Venezuela - República Dominicana - Bolivia - Paraguay - Uruguay - Brasil –

Más Información en:



Gracias!!



Laura Rodríguez – Gerente de Promoción

laura.rodriguez@iedge.eu

 +34 684 214 635

www.iedge.eu

España · México · USA · Colombia · Canada · Peru · Guatemala · Ecuador · Panamá · Costa Rica · Honduras · Bolivia · Paraguay · Uruguay · Argentina
· Brazil · Nicaragua · Chile