Máster Título Propio

MBA en Negocios Digitales

MBAND



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Negocios Digitales

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Dirigido a: **titulados superiores y profesionales de management o dirección con experiencia.**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-negocios-digitales**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 24

07 Metodología — pág. 34

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 42

09 Dirección del curso — pág. 46

10 Impacto para tu carrera — pág. 50

11 Beneficios para tu empresa — pág. 54

12 Titulación — pág. 58

01

Bienvenida

Las nuevas tecnologías han llegado para quedarse. Los negocios han vivido un cambio drástico en la forma de gestionarse, vender sus productos y atender a sus clientes. Por ello, en la actualidad, la gestión empresarial se debe enfocar hacia el mundo digital para lograr un crecimiento notable que cubra las necesidades de los clientes. En este sentido, lo tradicional ha quedado en un segundo plano, como demuestran los cambios en el consumo de los ciudadanos, quienes apuestan cada vez más por las compras online. Y, por ello, este es el momento ideal para que los directivos y profesionales del sector se especialicen en todo lo que rodea al Digital Business para obtener los mayores beneficios posibles.



MBA en Negocios Digitales. TECH Universidad Tecnológica



La digitalización de las empresas requiere de directivos con habilidades específicas que sepan utilizar todas las herramientas disponibles en este campo y entiendan la gestión empresarial de manera global"

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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





TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

"En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School"

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:

Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los *"case studies"* de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

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





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01 Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02 Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03 Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04 Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

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





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

Tus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El **MBA en Negocios Digitales** te capacitará para:

01 Desarrollar estrategias para crear nuevas oportunidades en mercados existentes

02 Entender el entorno competitivo en el que se desarrolla nuestro negocio

03 Desarrollar estrategias para crear nuevos mercados y nuevas empresas

04 Ser capaz de desarrollar un plan de negocio



05 Conocer en profundidad las fases de creación de una empresa

06 Implementar estrategias de digitalización de un negocio, tomando las decisiones correctas para alcanzar los objetivos planificados



07 Analizar e identificar factores generadores de dificultades u oportunidades en entornos digitales

08 Liderar procesos de cambio en la empresa basados en la digitalización

09 Llevar a cabo estrategias de marketing digital y comercio electrónico

10 Aplicar herramientas SEO y SEM en las campañas de marketing

11 Apoyarse en los Social Media para realizar campañas de marketing y publicidad

12 Identificar los cambios necesarios para la mejora en la gestión y dirección de la empresa, basado en la orientación de la estrategia al entorno digital

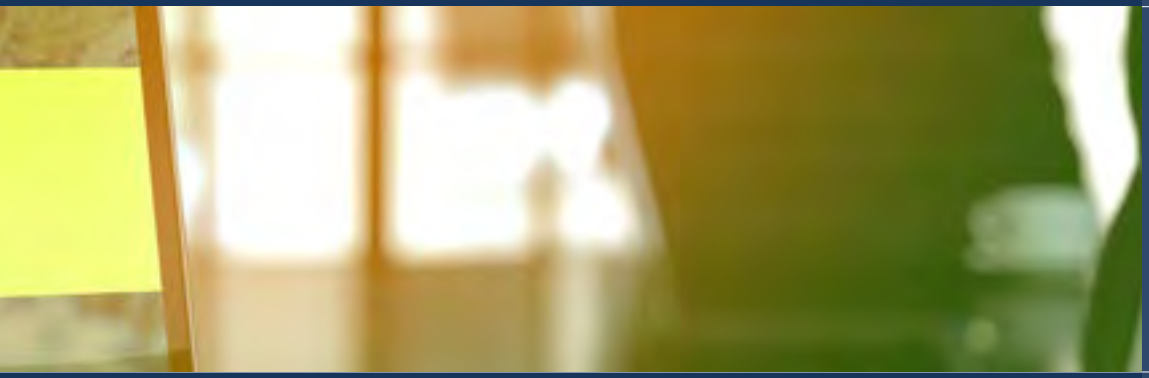
13 Desarrollar habilidades directivas necesarias para liderar el crecimiento y expansión de empresas que operan en entornos digitales

14 Diseñar y planificar campañas de reputación online



15 Saber gestionar las herramientas de monitorización online para entender el alcance de las campañas de marketing

16 Ser capaz de realizar campañas efectivas de emailing



17 Entender la analítica web y las métricas digitales de las herramientas que utilizamos

18 Comprender en profundidad cómo se lleva a cabo el comercio electrónico

19 Entender y saber gestionar las finanzas internacionales

20 Comprender las nuevas tendencias del comercio electrónico a través de los teléfonos móviles

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Negocios Digitales, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora.





Este programa te permitirá adquirir las competencias necesarias para ser más brillante en tu labor diaria”

El profesional, al finalizar este programa, será capaz de:

01 Controlar y gestionar las finanzas corporativas

02 Desarrollar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03 Aplicar los diferentes modelos de negocios basados en la era digital

04 Aplicar técnicas innovadoras en el diseño y gestión de proyectos



05 Implementar técnicas de comercio electrónico

06 Poner en marcha campañas de marketing digital que permitan mejorar el posicionamiento de la empresa frente a sus competidores, así como su reputación digital



07 Poner en prácticas técnicas de marketing en buscadores

08 Utilizar las redes sociales como herramienta indispensable para mejorar el conocimiento de la empresa

09 Tener un amplio conocimiento sobre los consumidores

10 Realizar acciones de analítica web para dirigir la campaña de marketing y comunicación de tal manera que sea más efectiva para cumplir los objetivos de la empresa

06

Estructura y contenido

El MBA en Negocios Digitales es un programa a tu medida que se imparte en formato 100% online. De esta manera, tú mismo podrás elegir el momento y lugar que mejor se adapte a tu disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases para tu éxito como digital business manager.





En TECH ponemos todos nuestros recursos a tu alcance para que adquieras las destrezas y habilidades necesarias para tu desarrollo profesional"

Plan de estudios

El MBA en Negocios Digitales de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

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

Este MBA trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para especializar a directivos que entiendan la revolución tecnológica y social desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

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

Este MBA se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en tres grandes bloques:

Bloque 1	***Digital Management* e Innovación**
Módulo 1	Entorno competitivo y estrategia
Módulo 2	Innovación e iniciativa emprendedora
Bloque 2	**E-commerce y Digital Marketing**
Módulo 3	*Marketing digital* y e-commerce
Módulo 4	Marketing en buscadores
Módulo 5	Comunicación digital y Reputación online
Módulo 6	*Performance and Inbound Marketing*
Módulo 7	Analítica web y *Marketing Analytics*
Bloque 3	**Nuevos canales en *e-business***
Módulo 8	Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro
Módulo 9	*Mobile* e-commerce
Módulo 10	Nuevas tendencias digitales



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH te ofrece la posibilidad de desarrollar este Máster Título Propio MBA en Negocios Digitales de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la especialización, podrás acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que te permitirá autogestionar tú mismo tu tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Primer bloque: *Digital Management* e Innovación

Módulo 1. Entorno competitivo y estrategia

1.1. Entorno económico global
1.1.1. Fundamentos de la economía global
1.1.2. La globalización de la empresa y los mercados financieros
1.1.3. Emprendimiento y nuevos mercados

1.2. Finanzas corporativas
1.2.1. Política financiera y crecimiento
1.2.2. Métodos de valoración de empresas
1.2.3. Estructura de capital y apalancamiento financiero

1.3. Análisis económico de decisiones
1.3.1. Control Presupuestario
1.3.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo
1.3.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial

1.4. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa
1.4.1. Evolución del modelo de IT
1.4.2. Organización y Departamento IT
1.4.3. Tecnologías de la información y entorno económico

1.5. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica
1.5.1. Creación de valor para clientes y accionistas
1.5.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
1.5.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital

1.6. Sistemas de información para la toma de decisiones
1.6.1. *Business Intelligence*
1.6.2. *Data Warehouse*
1.6.3. BSC o Cuadro de Mando Integral

1.7. Estrategia digital
1.7.1. Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital
1.7.2. Planificación estratégica de las tecnologías de la información
1.7.3. Estrategia e internet

1.8. Modelos de negocio basados en internet
1.8.1. Análisis de empresas establecidas en el sector tecnológico
1.8.2. Sistemas de generación de modelos de negocio
1.8.3. Análisis de modelos de negocio innovadores en sectores tradicionales
1.8.4. Análisis de modelos de negocio innovadores en Internet

1.9. Sistemas de empresa basados en la colaboración en internet
1.9.1. Los sistemas de gestión de clientes: CRM
1.9.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
1.9.3. Sistemas de comercio electrónico

1.10. Social *Business*
1.10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
1.10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias TIC
1.10.3. ¿Cómo rentabilizar la Web 2.0 y las redes sociales?
1.10.4. Movilidad y el negocio digital

Módulo 2. Innovación e iniciativa emprendedora

2.1. *Design Thinking*
2.1.1. La estrategia del Océano Azul
2.1.2. Innovación colaborativa
2.1.3. Open innovation

2.2. Inteligencia estratégica de la innovación
2.2.1. Vigilancia tecnológica
2.2.2. Prospectiva tecnológica
2.2.3. *Coolhunting*

2.3. *Entrepreneurship & Innovation*
2.3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio
2.3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos
2.3.3. *Innovation Management Systems*
2.3.4. Habilidades soft de un emprendedor

2.4. Gestión de *Startups*
2.4.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
2.4.2. Métricas financieras para *Startups*
2.4.3. Planificación financiera: modelos de proyecciones y su interpretación
2.4.4. Métodos de valoración
2.4.5. Aspectos legales

2.5. El plan de negocio
2.5.1. *Business* Plan en la era digital
2.5.2. Modelo CANVAS
2.5.3. *Value Proposition Model*
2.5.4. Contenido y presentación

2.6. *Project Management*
2.6.1. *Agile Development*
2.6.2. *Lean Management* en *Startups*
2.6.3. *Project Tracking* and *project Steering*

2.7. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación
2.7.1. Fase de *Seed*
2.7.2. Fase de *Startup*
2.7.3. Fase de *Growth*
2.7.4. Fase de Consolidación

2.8. Financiación de *Startups*
2.8.1. Financiación bancaria
2.8.2. Subvenciones
2.8.3. Capital semilla y aceleradoras. Business Angels
2.8.4. Venture Capital. IPO
2.8.5. *Public to Private Partnership*

2.9. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales
2.9.1. Instituciones públicas: CDTI, ENISA
2.9.2. Entidades de Venture Capital nacionales e internacionales
2.9.3. Inversores privados: Caixa Capital Risc y BStartup
2.9.4. FOND-ICO Global
2.9.5. Aceleradoras: Wayra, Lanzadera y Plug & Play

2.10. *Lean Management*
2.10.1. Principios básicos de *Lean Management*
2.10.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
2.10.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

Segundo bloque: E-commerce y Digital Marketing

Módulo 3. Marketing digital y e-commerce

3.1. Digital e-commerce *Management*
3.1.1. Nuevos modelos de negocio e-commerce
3.1.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
3.1.3. Estructura tecnológica en e-commerce

3.2. Operaciones y logística en el comercio electrónico
3.2.1. ¿Cómo gestionar el *Fulfillment*?
3.2.2. Gestión digital del punto de venta
3.2.3. *Contact Center Management*
3.2.4. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos

3.3. Implementando técnicas de e-commerce
3.3.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico
3.3.2. Estrategia *Multichannel*
3.3.3. Personalización de Dashboards

3.4. *Digital pricing*
3.4.1. Medios y pasarelas de pago online
3.4.2. Promociones electrónicas
3.4.3. Temporización digital de precios
3.4.4. *e-Auctions*

3.5. Del e-commerce al *m-commerce* y *s-commerce*
3.5.1. Modelos de negocio de los *e-marketplaces*
3.5.2. *S-Commerce* y experiencia de marca
3.5.3. Compra a través de dispositivos móviles

3.6. Customer intelligence: del e-CRM al s-CRM
3.6.1. Integración del consumidor en la cadena de valor
3.6.2. Técnicas de investigación y fidelización online
3.6.3. Planificación de una estrategia de gestión de la relación con el cliente

3.7. *Trade Marketing Digital*
3.7.1. *Cross Merchandising*
3.7.2. Diseño y Gestión de Campañas en Facebook Ads
3.7.3. Diseño y Gestión de Campañas en Google Adwords

3.8. Marketing online para e-commerce
3.8.1. *Inbound Marketing*
3.8.2. Display y Compra Programática
3.8.3. Plan de Comunicación

Módulo 4. Marketing en buscadores

4.1. Funcionamiento de los buscadores
4.1.1. Indicadores e índices
4.1.2. Algoritmos
4.1.3. SEO y branding corporativo

4.2. Análisis SEO
4.2.1. Determinación de las KPI
4.2.2. Generación de scripts y alertas
4.2.3. Optimización de imágenes, vídeos y otros elementos
4.2.4. *Link Building*

4.3. SEO técnico
4.3.1. Web *Performance Optimization*
4.3.2. *Real Time* y contenido
4.3.3. Etiquetado y Headers relevantes
4.3.4. Técnicas avanzadas de WPO

4.4. SEO y e-commerce
4.4.1. *Conversion Rate Optimization*
4.4.2. *Google Search Console*
4.4.3. *Social Proof* y Viralización
4.4.4. Navegación e Indexabilidad

4.5. *Keyword hunting* para SEM
4.5.1. *Adwords Keyword Tool*
4.5.2. *Google Suggest*
4.5.3. *Insights for Search*
4.5.4. *GoogleTrends*

4.6. SEM y Google Ads
4.6.1. Google Shopping
4.6.2. Google Display Network
4.6.3. Google Ads Mobile
4.6.4. Publicidad en YouTube

4.7. Facebook Ads
4.7.1. Anuncios de PPC/PPF (pay per fan)
4.7.2. Facebook Ads creación
4.7.3. Facebook Power Editor
4.7.4. Optimización de campañas

4.8. Estrategia y medición en SEM
4.8.1. *Quality score*
4.8.2. Site links
4.8.3. KPI´s
4.8.4. Impresiones, clicks, conversiones. Revenue, ROI, CPA

Módulo 5. Comunicación digital y Reputación online

5.1. Web 2.0 o web social
5.1.1. La organización en la era de la conversación
5.1.2. La web 2.0 son las personas
5.1.3. Entorno digital y nuevos formatos de comunicación

5.2. Comunicación y reputación digital
5.2.1. Informe de reputación online
5.2.2. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
5.2.3. *Branding* y *Networking* 2.0

5.3. Diseño y planificación de un plan de reputación on-line
5.3.1. Panorama de las principales social media de España
5.3.2. Plan de reputación de la marca
5.3.3. Métricas generales, ROI y social CRM
5.3.4. Crisis on-line y SEO Reputacional

5.4. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging
5.4.1. Facebook
5.4.2. LinkedIn
5.4.3. Twitter

5.5. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
5.5.1. YouTube
5.5.2. Instagram
5.5.3. Flickr
5.5.4. Vimeo
5.5.5. Pinterest

5.6. Estrategia de contenidos y storytelling
5.6.1. Blogging corporativo
5.6.2. Estrategia de marketing de contenidos
5.6.3. Creación de un plan de contenidos
5.6.4. Estrategia de curación de contenidos

5.7. Estrategias en social media
5.7.1. Las relaciones públicas corporativas y social media
5.7.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
5.7.3. Análisis y evaluación de resultados

5.8. *Community Management*
5.8.1. Funciones, tareas y responsabilidades del *Community manager*
5.8.2. *Social Media Manager*
5.8.3. *Social Media Strategist*

5.9. *Social Media plan*
5.9.1. Diseño de un plan de social media
5.9.2. Calendario, presupuesto, expectativas y seguimiento
5.9.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis

5.10. Herramientas de monitorización on-line
5.10.1. Herramientas de gestión y aplicaciones de escritorio
5.10.2. Herramientas de monitorización y estudio

Módulo 6. *Performance and Inbound Marketing*

6.1. *Permission Marketing*
6.1.1. ¿Cómo obtener el permiso del usuario?
6.1.2. Personalización del mensaje
6.1.3. Confirmación de correo o Doble Opt-in

6.2. Estrategia y técnicas de performance
6.2.1. *Performance Marketing*: resultados
6.2.2. Mix de medios en digital
6.2.3. La importancia del Funnel

6.3. Desarrollo de campañas de afiliación
6.3.1. Agencias y programas de afiliación
6.3.2. *Post View*
6.3.3. Diseño de programas de afiliación
6.3.4. Display y optimización de campañas

6.4. Lanzamiento de un programa de afiliados
6.4.1. Redes de afiliación y afiliación directa
6.4.2. Seguimiento y análisis de resultado
6.4.3. Control del fraude

6.5. Desarrollo de campañas de emailing
6.5.1. Listas de suscriptores, leads y clientes
6.5.2. Herramientas y recursos en email marketing
6.5.3. Redacción online para campañas de email marketing

6.6. Métricas en *email* marketing
6.6.1. Métricas de listas
6.6.2. Métricas de envíos de newsletter
6.6.3. Métricas de conversión

6.7. *Inbound marketing*
6.7.1. *Inbound marketing* efectivo
6.7.2. Beneficios *Inbound marketing*
6.7.3. Medir el éxito de *Inbound marketing*

6.8. Investigación del target
6.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer* Personas
6.8.2. *Customer Journey Mapping*
6.8.3. *Content strategy*

6.9. Optimización de contenidos
6.9.1. Optimización de contenidos para buscadores
6.9.2. Generación de contenidos
6.9.3. Dinamización de contenidos

6.10. Conversión
6.10.1. *Lead capture* & CRO
6.10.2. *Lead Nurturing* & *Marketing Automation*

Módulo 7. Analítica web y *Marketing Analytics* Analytics

7.1. Análisis web
7.1.1. Fundamentos de la analítica web
7.1.2. Medios clásicos vs. Medios digitales
7.1.3. Metodología de base del analista web

7.2. *Google Analytics*
7.2.1. Configuración de una cuenta
7.2.2. *Tracking API JavaScript*
7.2.3. Informes y segmentos personalizados

7.3. Análisis cualitativo
7.3.1. Técnicas de investigación de aplicadas en analítica web
7.3.2. *Customer journey*
7.3.3. *Purchase funnel*

7.4. Métricas digitales
7.4.1. Métricas básicas
7.4.2. Ratios
7.4.3. Establecimiento de objetivos y KPIs

7.5. Áreas de análisis de una estrategia
7.5.1. Captación de tráfico
7.5.2. Activación
7.5.3. Conversión
7.5.4. Fidelización

7.6. *Data Science & Big Data*
7.6.1. *Business Intelligence*
7.6.2. Metodología y análisis de grandes volúmenes de datos
7.6.3. Extracción, tratamiento y carga de datos

7.7. Visualización de datos
7.7.1. Visualización e interpretación de *Dashboards*
7.7.2. Transformación del dato en valor
7.7.3. Integración de fuentes
7.7.4. Presentación de informes

7.8. Herramientas de analítica web
7.8.1. Base tecnológica de una herramienta de AW
7.8.2. Logs y Tags
7.8.3. Etiquetado básico y adhoc

Tercer bloque: Nuevos canales en e-business

Módulo 8. Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro

8.1. Ingeniería de procesos e ingeniería de productos
8.1.1. Estrategias de innovación
8.1.2. Innovación abierta
8.1.3. Organización y cultura innovadoras
8.1.4. Equipos multifuncionales

8.2. Lanzamiento e industrialización de nuevos productos
8.2.1. Diseño de nuevos productos
8.2.2. Lean Design
8.2.3. Industrialización de nuevos productos
8.2.4. Fabricación y montaje

8.3. *Digital* e-commerce *management*
8.3.1. Nuevos modelos de negocio e-commerce
8.3.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
8.3.3. Estructura tecnológica en e-commerce

8.4. Operaciones y logística en el comercio electrónico
8.4.1. Gestión digital del punto de venta
8.4.2. Contact center management
8.4.3. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos

8.5. *E-Logistics* B2C y B2B
8.5.1. *e-Logistics*
8.5.2. El B2C: *e-Fullfilment*, la última milla
8.5.3. El B2B: *e-Procurement. Market Places*

8.6. *Digital pricing*
8.6.1. Medios y pasarelas de pago online
8.6.2. Promociones electrónicas
8.6.3. Temporización digital de precios
8.6.4. *e-Auctions*

8.7. Aspectos legales del e-commerce
8.7.1. Normativa de la UE y de España
8.7.2. Protección de datos
8.7.3. Aspectos fiscales del e-commerce
8.7.4. Condiciones Generales de Venta

8.8. El almacén en el e-commerce
8.8.1. Peculiaridades del almacén en el e-commerce
8.8.2. Diseño y planificación del almacén
8.8.3. Infraestructuras. Equipos fijos y móviles
8.8.4. Zonificación y ubicaciones

8.9. El diseño de la tienda on-line
8.9.1. Diseño y usabilidad
8.9.2. Funcionalidades más comunes
8.9.3. Alternativas tecnológicas

8.10. *Supply Chain Management* y tendencias de futuro
8.10.1. Futuro del e-business
8.10.2. La realidad hoy y futuro del e-commerce
8.10.3. Modelos Operativos SC para Empresas Globales

Módulo 9. *Mobile* e-commerce

9.1. *Mobile marketing*
9.1.1. Nuevos hábitos de consumo y movilidad
9.1.2. Modelo SoLoMo
9.1.3. Las 4 Ps del Marketing Mix en movilidad

9.2. Tecnología móvil
9.2.1. Operadores móviles
9.2.2. Dispositivos móviles y sistemas operativos
9.2.3. Aplicaciones móviles y *Web Apps*
9.2.4. Sensores e integración con el mundo físico

9.3. Tendencias en mobile marketing
9.3.1. *Mobile Publishing*
9.3.2. *Advergaming* y *Gammification*
9.3.3. Geolocalización *Mobile*
9.3.4. Realidad aumentada

9.4. Comportamiento de los usuarios móviles
9.4.1. Nuevos hábitos de búsqueda en los dispositivos móviles
9.4.2. Multi-Screen
9.4.3. El móvil como motor de compra
9.4.4. ASO, captación y fidelización de usuarios mobile

9.5. Interfaz de usuario y experiencia de compra
9.5.1. Reglas y plataformas de *m-commerce*
9.5.2. *Omnichannel*
9.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
9.5.4. Gap entre consumidor y anunciante
9.5.5. Gestores de contenido en *Mobile Commerce*

9.6. Apps y compras
9.6.1. Diseñando Apps *Mobile commerce*
9.6.2. *Apps Store*
9.6.3. App marketing para fidelización de clientes
9.6.4. App marketing para comercio electrónico

9.7. Pagos móviles
9.7.1. Cadena de valor y modelos de negocio de los métodos de pagos móviles
9.7.2. Claves para mejorar la UX en el pago móvil
9.7.3. Estrategias de posicionamiento en el mercado de los pagos móviles
9.7.4. Gestión del fraude

9.8. Analítica móvil
9.8.1. Metodologías de medición y análisis móvil
9.8.2. Métricas en Mobile: principales KPIs
9.8.3. Análisis de rentabilidad
9.8.4. *Mobile Analytics*

9.9. *Mobile Commerce*
9.9.1. Servicios
9.9.2. Aplicaciones
9.9.3. *Mobile social shopping*

9.10. *Mobile Social Media Applications*
9.10.1. Integración del móvil en Redes Sociales
9.10.2. Movilidad, relación, ubicuidad y publicidad
9.10.3. Facebook *Places*
9.10.4. Geolocalización, directorios móviles, recomendaciones on-line y compra

Módulo 10. Nuevas tendencias digitales

10.1. Internet de las cosas
10.1.1. Visiones y retos
10.1.2. Tecnologías clave
10.1.3. Proyectos pioneros

10.2. Gamificación
10.2.1. Técnicas de gamificación empresarial
10.2.2. *Gamification Design Framework*
10.2.3. Mecanismos de funcionamiento y motivación
10.2.4. Beneficios y retorno de la inversión

10.3. *Big Data*
10.3.1. Aplicación sectorial
10.3.2. Modelos de negocio
10.3.3. Nuevas profesiones

10.4. Inteligencia artificial
10.4.1. Aspectos Metodológicos en Inteligencia Artificial
10.4.2. Búsqueda Heurística
10.4.3. Métodos de Inferencia en Reglas
10.4.4. Redes semánticas

10.5. Robótica
10.5.1. Morfología del robot
10.5.2. Herramientas matemáticas para la localización espacial
10.5.3. Control cinemático
10.5.4. Criterios de implantación de un robot industrial

10.6. Modelado y simulación
10.6.1. Modelado mediante DEVS
10.6.2. Modelado de las entradas aleatorias
10.6.3. Generación de las entradas aleatorias
10.6.4. Diseño de experimentos y optimización

10.7. Implantación de la criptografía en proyectos tecnológicos
10.7.1. Firma electrónica
10.7.2. Certificado digital
10.7.3. Encriptación de datos
10.7.4. Aplicaciones prácticas de la criptografía

10.8. Otras tendencias
10.8.1. Impresoras 3D
10.8.2. Drones
10.8.3. Visión artificial
10.8.4. Realidad aumentada

08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Negocios Digitales es un programa dirigido a profesionales que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de dirección y gestión de negocios digitales, y avanzar en su carrera profesional. Está especialmente dirigido a profesionales y directivos con experiencia que quieran adquirir las competencias en business management necesarias para generar nuevas oportunidades en la era digital.



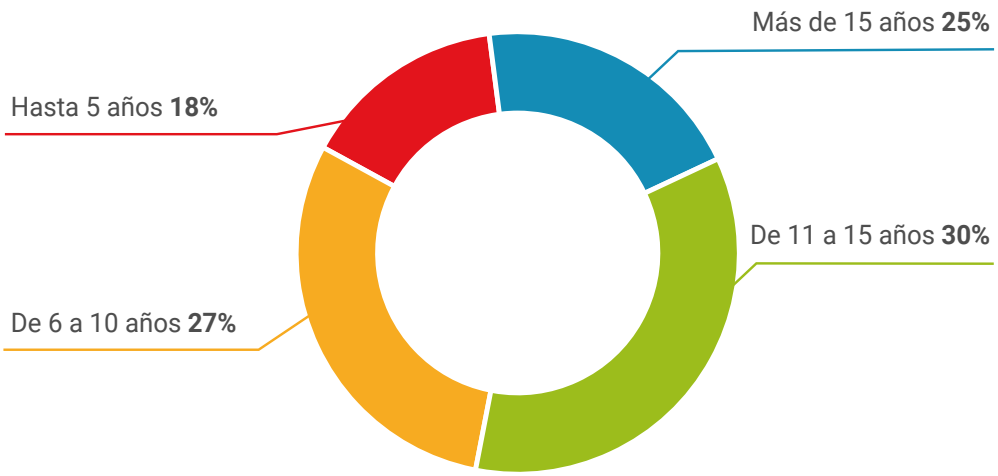


Si quieres ampliar tu conocimiento en el área digital y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa"

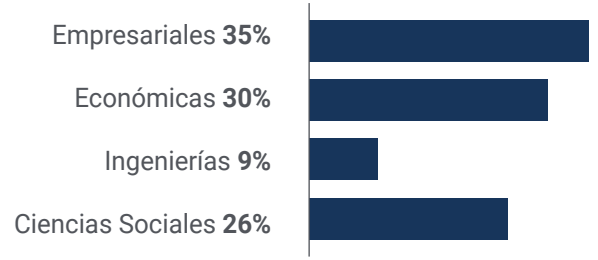
Edad media

Entre **35** y **45** años

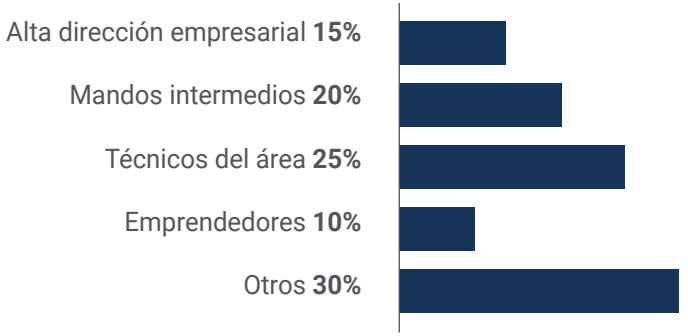
Años de experiencia



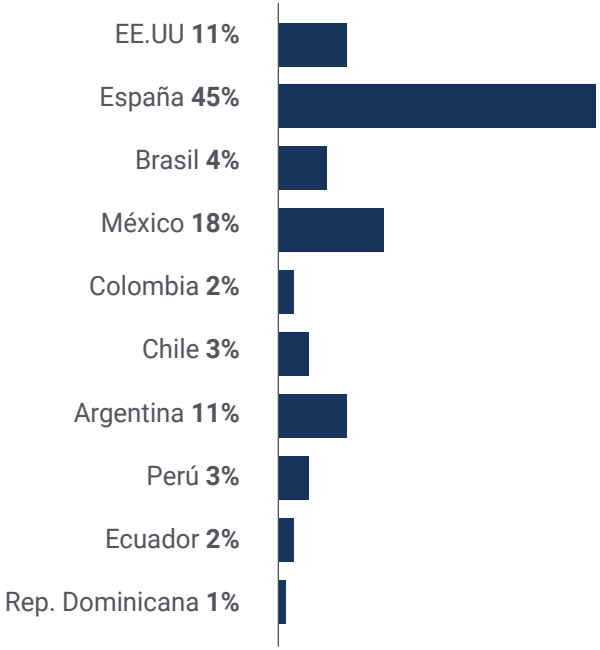
Formación



Perfil Académico



Distribución Geográfica





Susana Sánchez

Directora e-Business

"El MBA en Negocios Digitales cuenta con la gran ventaja de contar con el mejor equipo docente del momento, que ha diseñado un programa único en el que se incluye la información más completa y actualizada del momento. Sin duda, un programa totalmente recomendado para todos aquellos que deseen especializarse en este campo"

09

Dirección del curso

Este programa ha sido diseñado por un equipo de expertos en la materia que, conscientes de la necesidad de especialización de los profesionales en el ámbito de los negocios digitales, ha creado un MBA que será fundamental para mejorar la competitividad de los profesionales del sector. Sin duda, el mejor equipo de profesores de la actualidad, con amplia experiencia tanto a nivel docente como empresarial. Un cuadro docente único que ayudará a los alumnos a alcanzar sus metas académicas.





Un cuadro docente de alto nivel para enseñar a profesionales que buscan la excelencia"

Dirección



D. Galán, José

- Especialista en Marketing Online, campos de E-commerce, SEO, SEM, Blogging
- Director de E-Marketing en TECH-Universidad Tecnológica
- Blogger en "Cosas sobre Marketing Online" www.josegalan.es
- Director de Marketing Corporativo en Médica Panamericana
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Complutense de Madrid
- Programa Superior Europeo en Marketing Digital. ESIC



10

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y, con nosotros, tienes grandes posibilidades de conseguirlo. Por ello, no debes dejar pasar la oportunidad que te ofrece TECH de especializarte con el mejor equipo en este ámbito de alta demanda profesional.





Nuestro objetivo es generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional y, por ello, nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo”

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

El MBA en Negocios Digitales de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel financiero tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

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

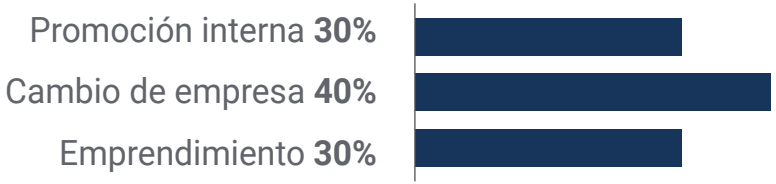
Consigue una mejora laboral en poco tiempo tras la realización de este programa.

Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, el MBA en Negocios Digitales te ayudará a conseguirlo.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Negocios Digitales contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supone una oportunidad única para adquirir las habilidades necesarias para desarrollarte en la alta dirección, pero también para a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Tras estudiar en TECH podrás aportar a la empresa una nueva visión de negocio con la que provocar cambios relevantes en la organización"

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

Podrás trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o de Desarrollo de Negocio de tu compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a nuestros alumnos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El MBA en Negocios Digitales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **MBA en Negocios Digitales** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno, recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio MBA en Negocios Digitales**

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Negocios Digitales

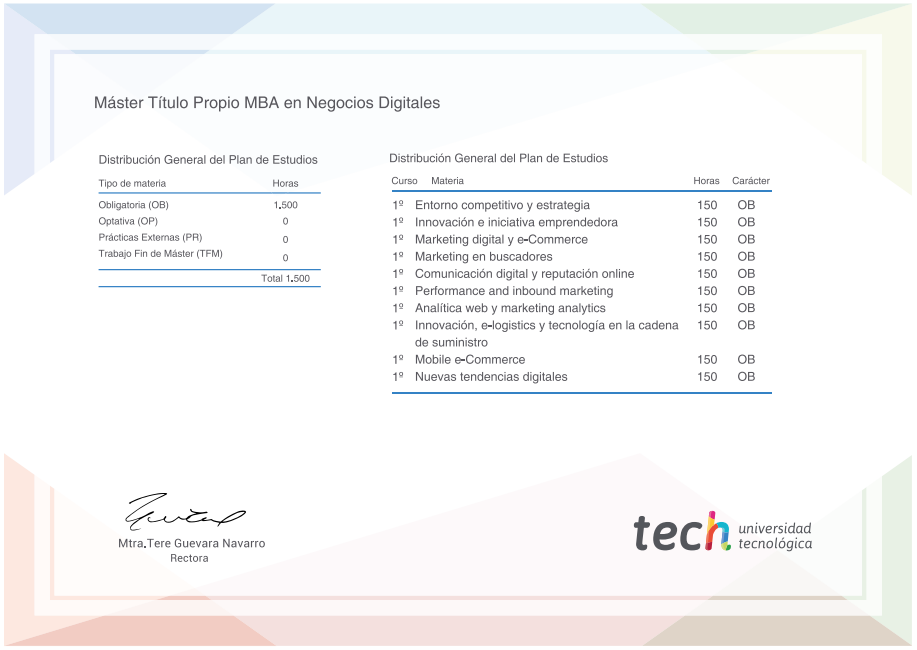
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

A 17 de junio de 2020

Mtra. Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio MBA en Negocios Digitales

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Entorno competitivo y estrategia	150	OB
1º	Innovación e iniciativa emprendedora	150	OB
1º	Marketing digital y e-Commerce	150	OB
1º	Marketing en buscadores	150	OB
1º	Comunicación digital y reputación online	150	OB
1º	Performance and inbound marketing	150	OB
1º	Analítica web y marketing analytics	150	OB
1º	Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro	150	OB
1º	Mobile e-Commerce	150	OB
1º	Nuevas tendencias digitales	150	OB

Mtra. Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Negocios Digitales

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Negocios Digitales



tech universidad tecnológica