Maestría
Administración de Negocios Digitales

Nº de RVOE: 20210622

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Maestría
Administración de Negocios Digitales

Nº de RVOE: **20210622**

Fecha de RVOE: **02/12/2019**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **21 meses**

Acceso web: **www.techtitute.com/mx/escuela-de-negocios/maestria/maestria-administracion-negocios-digitales**

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Plan de Estudios
pág. 8

03
Objetivos
pág. 22

04
Competencias
pág. 26

05
¿Por qué nuestro programa?
pág. 30

06
Salidas profesionales
pág. 32

07
Idiomas gratuitos
pág. 38

08
Metodología
pág. 42

09
Dirección del curso
pág. 50

10
Requisitos de acceso y proceso de admisión
pág. 54

11
Titulación
pág. 58

01

Presentación

La digitalización es un hecho del que ya casi nadie puede rehuir y que ha venido a potenciar y a revolucionar nuestra manera de vida. En este sentido, uno de los sectores que más se han beneficiado de esto es el empresarial, pues internet posibilita que ya no haga falta un local físico para ofrecer un bien o servicio. Solo es necesario un dispositivo con conexión a internet para poder comercializar cualquier idea a personas en todo el mundo. Esta nueva realidad requiere unos conocimientos específicos que permitan potenciar las ideas de negocio y sacarles el máximo provecho. Por ello, TECH pone a disposición de los alumnos este programa en el que aprenderán todo lo que rodea al llamado digital business. De esta manera, podrán emprender y desarrollar su empresa con mayor grado de acierto.





Saca un mayor beneficio y haz crecer tu idea de negocio digital gracias a esta Maestría que TECH pone en tu mano"

El increíble avance tecnológico que ha vivido la sociedad en las últimas décadas ha posibilitado que industrias de todos los sectores y tamaños hayan experimentado un crecimiento exponencial. En esta línea, y entendiendo que la era digital ha llegado para quedarse, hay que realizar un análisis profundo que nos permita entender cómo internet ha revolucionado el modelo empresarial y cómo, solo a partir de un computador con acceso a internet, se puede construir una gran empresa.

Ahora, toda persona que quiera emprender un negocio, podrá tener la facilidad de hacerlo a partir de las herramientas que ofrece el entorno digital, minimizando costes y multiplicando el alcance. Pero, para hacer esto posible, es crucial que el futuro emprendedor se instruya en los métodos más efectivos a la hora de diseñar y poner en marcha un negocio digital y, con programas como este, lo puede conseguir de manera rápida y sencilla.

A lo largo de 12 meses de estudio intensivo, los profesionales aprenderán las técnicas, metodologías y procesos más efectivos a la hora de gerenciar un negocio digital. Se trata por tanto de una auténtica experiencia inmersiva en la que el alumno se enfrentará ante posibles situaciones reales que pueda experimentar en su proceso de emprendimiento, aprendiendo a solventarlas de forma óptima.

Así, durante el recorrido del programa, se tratarán diversos temas los cuales son claves y fundamentales para dirigir una entidad digital. A nivel de gestión, el programa profundizará en aspectos tan importantes como la planificación estratégica previa a aperturar cualquier negocio online. Así mismo, también se hablará de las diferentes estrategias de marketing digital que pueden ayudar a conseguir los objetivos del negocio.

Por otro lado, esta Maestría ha sido creada especialmente pensando en las necesidades actuales de los emprendedores y directores de negocios digitales, y está enfocada en su mejora profesional ya que los prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Todo ello, impartido en modalidad no escolarizada (online) que da la oportunidad al alumno de estudiar a su ritmo, dónde y cuándo quiera.





TECH brinda la oportunidad de obtener la Maestría en Administración de Negocios Digitales en un formato 100% en línea, con titulación directa y un programa diseñado para aprovechar cada tarea en la adquisición de competencias para desempeñar un papel relevante en la empresa. Pero, además, con este programa, el estudiante tendrá acceso al estudio de idiomas extranjeros y formación continuada de modo que pueda potenciar su etapa de estudio y logre una ventaja competitiva con los egresados de otras universidades menos orientadas al mercado laboral.

Un camino creado para conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionándose con los mejores y formando parte de la nueva generación de futuros directores capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo.

Si quieres emprender, diriges o tienes un negocio digital no puedes dejar de cursar este programa. Las herramientas de las que te dotará te ayudarán a llevar tu empresa al éxito"

02

Plan de Estudios

El programa de esta Maestría está elaborado en función de las demandas actuales del mercado. Por ello, este plan de estudios ayudará a los estudiantes a completar su perfil profesional de cara a un puesto de prestigio a nivel internacional. Así, se abordarán distintos aspectos para la creación de una estrategia de mercado siguiendo las herramientas y aplicaciones de SEO y SEM para llegar a un nuevo público.





El momento de emprender tu negocio digital es ahora. Hazlo realidad con las mayores garantías estudiando en TECH"

El programa elaborado para esta Maestría se imparte en formato 100% en línea, para que el estudiante pueda elegir el momento y el lugar que mejor se adapte a la disponibilidad, horarios e intereses. Este programa, que se desarrolla a lo largo de 20 meses, pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para el éxito profesional.

Durante los 10 módulos del programa, el estudiante analizará multitud de casos prácticos mediante los escenarios simulados planteados en cada uno de ellos. Ese planteamiento práctico se completará con actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos in focus, videos de apoyo, clases magistrales y presentaciones multimedia, para hacer sencillo lo más complejo y establecer una dinámica de trabajo que permita al estudiante la correcta adquisición de competencias.

Módulo 1	Entorno competitivo y estrategia
Módulo 2	Innovación e iniciativa emprendedora
Módulo 3	Mercadotecnia digital y comercio electrónico
Módulo 4	Mercadotecnia en buscadores
Módulo 5	Comunicación digital y reputación en línea
Módulo 6	Mercadotecnia de atracción y de resultados
Módulo 7	Análisis de datos para mercadotecnia
Módulo 8	Finanzas internacionales
Módulo 9	Comercio móvil
Módulo 10	Nuevas tendencias digitales

El futuro del mundo empresarial pasa por las nuevas tecnologías. No te quedes atrás desarrolla tus destrezas para la administración de un negocio digital”



Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría se ofrece 100% en línea, por lo que alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su smartphone.

Además, podrá acceder a los contenidos tanto online como offline. Para hacerlo offline bastará con descargarse los contenidos de los temas elegidos, en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a internet.

El alumno podrá cursar la Maestría a través de sus 10 módulos, de forma autodirigida y asincrónica. Adaptamos el formato y la metodología para aprovechar al máximo el tiempo y lograr un aprendizaje a medida de las necesidades del alumno.

Después de cursar este programa experimentarás un crecimiento profesional y personal que te catapultará hacia el éxito”

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
- 1.3.3. Análisis comparativo
- 1.3.4. Toma de decisiones
- 1.3.5. 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. Inteligencia de negocios
- 1.6.2. Almacén de datos
- 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: Gestión de la relación con el cliente
- 1.9.2. Los sistemas de gestión de la cadena de suministro
- 1.9.3. Sistemas de comercio electrónico

1.10. Negocios sociales
- 1.10.1. Visión estratégica de la Web 2.0 y sus retos
- 1.10.2. Oportunidades de la convergencia y tendencias de Tecnologías de la información y comunicación
- 1.10.3. Como 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. Pensamiento de Diseño
- 2.1.1. La estrategia del Océano Azul
- 2.1.2. Innovación colaborativa
- 2.1.3. Innovación abierta

2.2. Inteligencia estratégica de la innovación
- 2.2.1. Vigilancia tecnológica
- 2.2.2. Prospectiva tecnológica
- 2.2.3. Buena caza

2.3. Emprendimiento e innovación
- 2.3.1. Estrategias de búsqueda de oportunidades de negocio
- 2.3.2. Evaluación de viabilidad de nuevos proyectos
- 2.3.3. Sistemas de gestión de la innovación
- 2.3.4. Habilidades flexibles de un emprendedor

2.4. Gestión de nuevas empresas
- 2.4.1. Introducción a la gestión financiera en empresas de nueva creación
- 2.4.2. Métricas financieras para empresas de nueva creación
- 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. Plan de negocios en la era digital
- 2.5.2. Modelo Canvas
- 2.5.3. Modelo de propuesta de valor
- 2.5.4. Contenido y presentación

2.6. Gestión de proyectos
- 2.6.1. Desarrollo ágil
- 2.6.2. Apoyo en la administración de empresas de nueva creación
- 2.6.3. Seguimiento y dirección de proyectos

2.7. Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación
- 2.7.1. Fase de Inicio
- 2.7.2. Fase de empresas de nueva creación
- 2.7.3. Fase de Crecimiento
- 2.7.4. Fase de Consolidación

2.8. Financiación de empresas de nueva creación
- 2.8.1. Financiación bancaria
- 2.8.2. Subvenciones
- 2.8.3. Capital semilla y aceleradoras. Ángeles de negocios
- 2.8.4. Capital de riesgo
- 2.8.5. Asociación público-privada

2.9. Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales
- 2.9.1. Instituciones públicas
- 2.9.2. Entidades de Capital de riesgo nacionales e internacionales
- 2.9.3. Inversores privados
- 2.9.4. FOND-ICO Global
- 2.9.5. Aceleradoras

2.10. Gestión ajustada
- 2.10.1. Principios básicos de la Gestión ajustada
- 2.10.2. Grupos de mejora y resolución de problemas
- 2.10.3. Las nuevas formas de gestión de mantenimiento y de calidad

Módulo 3. Mercadotecnia digital y comercio electrónico

3.1. Gestión de comercio electrónico digital
- 3.1.1. Nuevos modelos de negocio de comercio electrónico
- 3.1.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
- 3.1.3. Estructura tecnológica en comercio electrónico

3.2. Operaciones y logística en el comercio electrónico
- 3.2.1. Cómo gestionar el cumplimiento
- 3.2.2. Gestión digital del punto de venta
- 3.2.3. Administración del centro de contacto
- 3.2.4. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos

3.3. Implementando técnicas de comercio electrónico
- 3.3.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico
- 3.3.2. Estrategia multicanal
- 3.3.3. Personalización de Cuadros de mando

3.4. Precios digitales
- 3.4.1. Medios y pasarelas de pago en línea
- 3.4.2. Promociones electrónicas
- 3.4.3. Temporización digital de precios
- 3.4.4. Subastas electrónicas

3.5. Del comercio electrónico al comercio móvil y comercio social
- 3.5.1. Modelos de negocio de los mercados electrónicos
- 3.5.2. Comercio Social y experiencia de marca
- 3.5.3. Compra a través de dispositivos móviles

3.6. Inteligencia del cliente: de la Gestión de la relación electrónica con el cliente a la Gestión social de la relación con el cliente
- 3.6.1. Integración del consumidor en la cadena de valor
- 3.6.2. Técnicas de investigación y fidelización en línea
- 3.6.3. Planificación de una estrategia de gestión de la relación con el cliente

3.7. Comercialización digital
- 3.7.1. Comercialización cruzada
- 3.7.2. Diseño y Gestión de Campañas en Facebook
- 3.7.3. Diseño y Gestión de Campañas en Google

3.8. Mercadotecnia en línea para comercio electrónico
- 3.8.1. Mercadotecnia interna
- 3.8.2. Monitor y Compra Programática
- 3.8.3. Plan de Comunicación

Módulo 4. Mercadotecnia en buscadores

4.1. Funcionamiento de los buscadores
- 4.1.1. Indicadores e índices
- 4.1.2. Algoritmos
- 4.1.3. Optimización de motores de búsqueda y marca corporativa

4.2. Análisis en Optimización de motores de búsqueda (SEO)
- 4.2.1. Determinación de los Indicadores Clave de Desempeño (KPI)
- 4.2.2. Generación de códigos de programación (scripts) y alertas
- 4.4.3. Optimización de imágenes, vídeos y otros elementos
- 4.4.4. Construcción de enlaces

4.3. Optimización de motores de búsqueda técnica
- 4.3.1. Optimización del rendimiento Web
- 4.3.2. Tiempo real y contenido
- 4.3.3. Etiquetado y encabezados relevantes
- 4.3.4. Técnicas avanzadas de optimización del rendimiento web (WPO)

4.4. Optimización de motores de búsqueda y comercio electrónico
- 4.4.1. Optimización de la tasa de conversión
- 4.4.2. Herramientas para web masters de Google
- 4.4.3. Prueba social y viralización
- 4.4.4. Navegación e indexabilidad



4.5. Búsqueda de palabras clave para Motores de Búsqueda de Mercadotecnia (SEM)
- 4.5.1. Herramienta de palabras clave
- 4.5.2. Sugerencia de Google
- 4.5.3. Búsqueda Estadísticas
- 4.5.4. Tendencias de Google

4.6. Motores de Búsqueda de Mercadotecnia y publicidad de Google
- 4.6.1. Google Compras
- 4.6.2. Red de Display de Google
- 4.6.3. Google AdWords para móviles
- 4.6.4. Publicidad en YouTube

4.7. Anuncios de Facebook
- 4.7.1. Anuncios de PPC/PPF (pagar por ventilador)
- 4.7.2. Anuncios de Facebook creación
- 4.7.3. Facebook Editor de poder
- 4.7.4. Optimización de campañas

4.8. Estrategia y medición en Motores de Búsqueda de Mercadotecnia
- 4.8.1. Puntuación de calidad
- 4.8.2. Vínculos del sitio
- 4.8.3. Indicador Clave de Desempeño (KPI´s)
- 4.8.4. Impresiones, clicks, conversiones. ingresos, Retorno sobre la Inversión (ROI), Costes Por Adquisición (CPA)

Módulo 5. Comunicación digital y reputación en línea

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 en línea
- 5.2.2. Netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
- 5.2.3. Marca y Redes 2.0.

5.3. Diseño y planificación de un plan de reputación en línea
- 5.3.1. Panorama de las principales redes sociales
- 5.3.2. Plan de reputación de la marca
- 5.3.3. Métricas generales, Retorno de la inversión (ROI) y Gestión de relaciones con el cliente (CRM)
- 5.3.4. Crisis en línea y Optimización de motores de búsqueda (SEO) reputacional

5.4. Plataformas generalistas, profesionales y herramienta microblogging
- 5.4.1. Facebook
- 5.4.2. Linkedin
- 5.4.3. Google +
- 5.4.4. 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 narración
- 5.6.1. Herramientas de Blogging corporativo
- 5.6.2. Estrategia de mercadotecnia de contenidos
- 5.6.3. Creación de un plan de contenidos
- 5.6.4. Estrategia de curación de contenidos

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

5.8. Administración Comunitaria
- 5.8.1. Funciones, tareas y responsabilidades de la administración comunitaria
- 5.8.2. Administración en redes sociales
- 5.8.3. Estrategias en Redes Sociales

5.9. Plan de Redes Sociales
- 5.9.1. Diseño de un plan de redes sociales
- 5.9.2. Calendario, presupuesto, expectativas y seguimiento
- 5.9.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis

5.10. Herramientas de monitorización en línea
- 5.10.1. Herramientas de gestión y aplicaciones de escritorio
- 5.10.2. Herramientas de monitorización y estudio

Módulo 6. Mercadotecnia de atracción y de resultados

6.1. Permisos en Mercadotecnia
- 6.1.1. Cómo obtener el permiso del usuario
- 6.1.2. Personalización del mensaje
- 6.1.3. Confirmación de correo

6.2. Estrategia y técnicas de performance
- 6.2.1. Desempeño en mercadotecnia: resultados
- 6.2.2. Combinación 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. Vista posterior (Postview)
- 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 correo electrónico
- 6.5.1. Listas de suscriptores, guías y clientes
- 6.5.2. Herramientas y recursos de correo electrónico mercadológico
- 6.5.3. Redacción en línea para campañas de correo electrónico mercadológico

6.6. Métricas en correo electrónico mercadológico
- 6.6.1. Métricas de listas
- 6.6.2. Métricas de envíos de notas informativas
- 6.6.3. Métricas de conversión

6.7. Mercadotecnia interna
- 6.7.1. Mercadotecnia interna efectiva
- 6.7.2. Beneficios de la Mercadotecnia interna
- 6.7.3. Medir el éxito de Mercadotecnia interna

6.8. Investigación del objetivo
- 6.8.1. Modelado de intención del consumidor y Persona Compradora
- 6.8.2. Mapeo del viaje del cliente
- 6.8.3. Estrategia de contenido

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. Dirección de captura y Optimización de la tasa de conversión (CRO)
- 6.10.2. Aumento de oportunidades y automatización de mercadotecnia

Módulo 7. Análisis de datos para mercadotecnia

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 Analítico
- 7.2.1. Configuración de una cuenta
- 7.2.2. Web de seguimiento (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. Viaje del cliente
- 7.3.3. Embudo de compra

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. Ciencia de datos y macrodatos
- 7.6.1. Inteligencia de negocios
- 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 cuadros de mando
- 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. Registros y Etiquetas
- 7.8.3. Etiquetado básico y acorde

Módulo 8. Finanzas internacionales

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. Diseño eficiente
- 8.2.3. Industrialización de nuevos productos
- 8.2.4. Fabricación y montaje

8.3. Gestión de comercio electrónico digital
- 8.3.1. Nuevos modelos de negocio en comercio electrónico
- 8.3.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
- 8.3.3. Estructura tecnológica en comercio electrónico

8.4. Operaciones y logística en el comercio electrónico
- 8.4.1. Gestión digital del punto de venta
- 8.4.2. Gestión del centro de contacto
- 8.4.3. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos
- 8.4.4. Logística B2C y B2B

8.5. Logística Electrónica
- 8.5.1. El B2C: cumplimiento electrónico, la última milla
- 8.5.2. El B2B: contratación electrónica. Lugares de mercado

8.6. Precios digitales
- 8.6.1. Medios y pasarelas de pago online
- 8.6.2. Promociones electrónicas.
- 8.6.3. Temporización digital de precios
- 8.6.4. subastas electrónicas

8.7. Aspectos legales del comercio electrónico
- 8.7.1. Normativa de la UE
- 8.7.2. Protección de datos
- 8.7.3. Aspectos fiscales del comercio electrónico
- 8.7.4. Condiciones Generales de Venta

8.8. El almacén en el comercio electrónico
- 8.8.1. Peculiaridades del almacén en el comercio electrónico
- 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 en línea
- 8.9.1. Diseño y usabilidad
- 8.9.2. Funcionalidades más comunes
- 8.9.3. Alternativas tecnológicas





8.10. Gestión de la cadena de suministro y tendencias de futuro
- 8.10.1. Futuro del negocio electrónico
- 8.10.2. La realidad hoy y futuro del comercio electrónico
- 8.10.3. Modelos Operativos servicios compartidos (SC) para Empresas Globales

Módulo 9. Comercio móvil

9.1. Mercadotecnia móvil
- 9.1.1. Nuevos hábitos de consumo y movilidad
- 9.1.2. Modelo Social, Local y Móvil (SoLoMo)
- 9.1.3. Las 4 Ps de la Mercadotecnia variable 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 webapps
- 9.2.4. Sensores e integración con el mundo físico

9.3. Tendencias en Mercadotecnia móvil
- 9.3.1. Publicación móvil
- 9.3.2. Advergaming y Gamificación
- 9.3.3. Geolocalización Móvil
- 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. Pantalla múltiple
- 9.4.3. El móvil como motor de compra
- 9.4.4. ASO, captación y fidelización de usuarios móvil

9.5. Interfaz de usuario y experiencia de compra
- 9.5.1. Reglas y plataformas de Comercio Móvil
- 9.5.2. Omnicanal
- 9.5.3. Mercadotecnia móvil y de proximidad
- 9.5.4. Gap entre consumidor y anunciante
- 9.5.5. Gestores de contenido en comercio móvil

9.6. Aplicaciones y compras
- 9.6.1. Diseñando aplicaciones
- 9.6.2. Comercio Móvil
- 9.6.3. Tienda de aplicaciones
- 9.6.4. Aplicaciones de mercadotecnia para fidelización de clientes
- 9.6.5. Aplicaciones de mercadotecnia 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 Móvil: principales KPIs
- 9.8.3. Análisis de rentabilidad
- 9.8.4. Analítica móvil

9.9. Comercio móvil
- 9.9.1. Servicios
- 9.9.2. Aplicaciones
- 9.9.3. Compras sociales móviles

9.10. Aplicaciones de redes sociales móviles
- 9.10.1. Integración del móvil en Redes Sociales
- 9.10.2. Movilidad, relación, ubicuidad y publicidad
- 9.10.3. Facebook Lugares
- 9.10.4. Geolocalización, directorios móviles, recomendaciones en línea 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. Marco de diseño de gamificación
- 10.2.3. Mecanismos de funcionamiento y motivación
- 10.2.4. Beneficios y retorno de la inversión

10.3. Datos Masivos
- 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 especificación del sistema de eventos discretos (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

Un temario de excelencia diseñado especialmente para capacitar a los mejores profesionales del sector”

03
Objetivos

Con el objetivo de impulsar a los alumnos hacia el éxito en sus proyectos empresariales, TECH ha diseñado esta Maestría que, además de estar reconocida de manera oficial, cuanta con el temario más completo y la metodología educativa más efectiva del mercado. Así, tras finalizar el programa, el alumno estará preparado para emprender o dirigir corporaciones del sector digital con mayores garantías de acierto. Por tanto, se trata de una oportunidad única para fomentar el crecimiento profesional y personal de los estudiantes y para catapultarlos hacia el éxito en su práctica diaria.





Si tu objetivo es convertirte en un directivo de prestigio en el área digital, entonces este programa es para ti”

Objetivos generales

- Desarrollar estrategias para crear nuevas oportunidades en mercados existentes
- Entender el entorno competitivo en el que se desarrolla nuestro negocio
- Desarrollar estrategias para crear nuevos mercados y nuevas empresas
- Ser capaz de desarrollar un plan de negocio
- Conocer en profundidad las fases de creación de una empresa
- Implementar estrategias de digitalización de un negocio, tomando las decisiones correctas para alcanzar los objetivos planificados
- Liderar procesos de cambio en la empresa basados en la digitalización
- Llevar a cabo estrategias de marketing digital y comercio electrónico
- Aplicar herramientas SEO y SEM en las campañas de marketing
- Analizar e identificar factores generadores de dificultades u oportunidades en entornos digitales
- Apoyarse en los social media para realizar campañas de marketing y publicidad
- Diseñar y planificar campañas de reputación online
- 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
- Desarrollar habilidades directivas necesarias para liderar el crecimiento y expansión de empresas que operan en entornos digitales
- Saber gestionar las herramientas de monitorización online para entender el alcance de las campañas de marketing
- Comprender en profundidad cómo se lleva a cabo el comercio electrónico



Objetivos específicos

Módulo 1. Entorno competitivo y estrategia

- Analizar las implicaciones del entorno económico global en los negocios y las variables que deben considerarse en la toma de decisiones empresariales, con la finalidad de idear nuevas estrategias diferenciadoras del entorno tecnológico de la organización

Módulo 2. Innovación e iniciativa emprendedora

- Entender la importancia de contar con iniciativa para el emprendimiento de negocios, así como el papel preponderante de la innovación como diferenciador para el establecimiento de planes de negocio Será capaz también de diseñar un plan de negocios desde sus inicios conociendo los medios de financiamiento disponibles

Módulo 3. Mercadotecnia digital y comercio electrónico

- Saber administrar negocios digitales y electrónicos, implementando técnicas y estrategias específicas para este tipo de comercio y utilizando las herramientas tecnológicas de la forma más adecuada

Módulo 4. Mercadotecnia en buscadores

- Entender las ventajas del uso de motores de búsqueda para el posicionamiento de negocios digitales, será capaz de operar estas herramientas para realizar análisis que le permitan tomar decisiones de mercadotecnia pertinentes

Módulo 5. Comunicación digital y reputación en línea

- Analizar la importancia de la comunicación a través de medios digitales dentro de las organizaciones digitales, así como la forma en que eso impacta en la reputación de una compañía, será capaz de crear estrategias de comunicación efectivas y monitorearla adecuadamente

Módulo 6. Mercadotecnia de atracción y de resultados

- Conocer las oportunidades que ofrece la mercadotecnia orientada a resultados, y contará con las estrategias para establecer campañas de afiliación, para lo cual será capaz de determinar el objetivo, optimizar contenidos y traducir el tráfico del sitio web de la empresa en compras

Módulo 7. Análisis de datos para mercadotecnia

- Ser capaz de obtener y analizar datos a través de distintas herramientas digitales que le permitan diseñar planificaciones mercadológicas eficientes y focalizadas y le de elementos para tomar decisiones pertinentes

Módulo 8. Finanzas internacionales

- Entender las formas en que funcionan los negocios internacionales y la forma de gestionar las finanzas de las empresas digitales en mercados globales, tomando en cuenta cuestiones de diseño, legales y operativas

Módulo 9. Comercio móvil

- Saber diseñar y ejecutar planes de negocio de comercio electrónico a través de aplicaciones móviles, de acuerdo al comportamiento del consumidor de este tipo de aplicaciones y la experiencia de usuario

Módulo 10. Nuevas tendencias digitales

- Conocer algunas de las tendencias actuales en el mundo de los negocios digitales, como son la robótica, inteligencia artificial y gamificación, identificando las áreas de oportunidad que ofrecen y sus perspectivas futuras

04

Competencias

Tras superar el proceso de evaluaciones de la Maestría en Administración de Neológicos Digitales, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada en base a la metodología didáctica más innovadora. Todo esto se traduce en la adquisición de las habilidades necesarias para dirigir y gestionar empresas digitales de forma exitosa y con unas perspectiva única e innovadora. Por tanto, este programa es una oportunidad sinigual para todo aquel que quiera emprender en el negocio online con mayores garantías.





Dirige con éxito una empresa digital tras adquirir los conocimientos que te ofrece este completísimo máster"

El profesional, al finalizar esta maestría, será capaz de:

Competencias básicas

- Controlar y gestionar las finanzas corporativas
- Desarrollar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa
- Aplicar técnicas innovadoras en el diseño y gestión de proyectos
- Implementar técnicas de comercio electrónico
- Poner en marcha campañas de marketing digital que permitan mejorar el posicionamiento de la empresa frente a sus competidores, así como su reputación digital
- Poner en practicas técnicas de marketing en buscadores
- Utilizar las redes sociales como herramienta indispensable para mejorar el conocimiento de la empresa
- Tener un amplio conocimiento sobre los consumidores
- 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





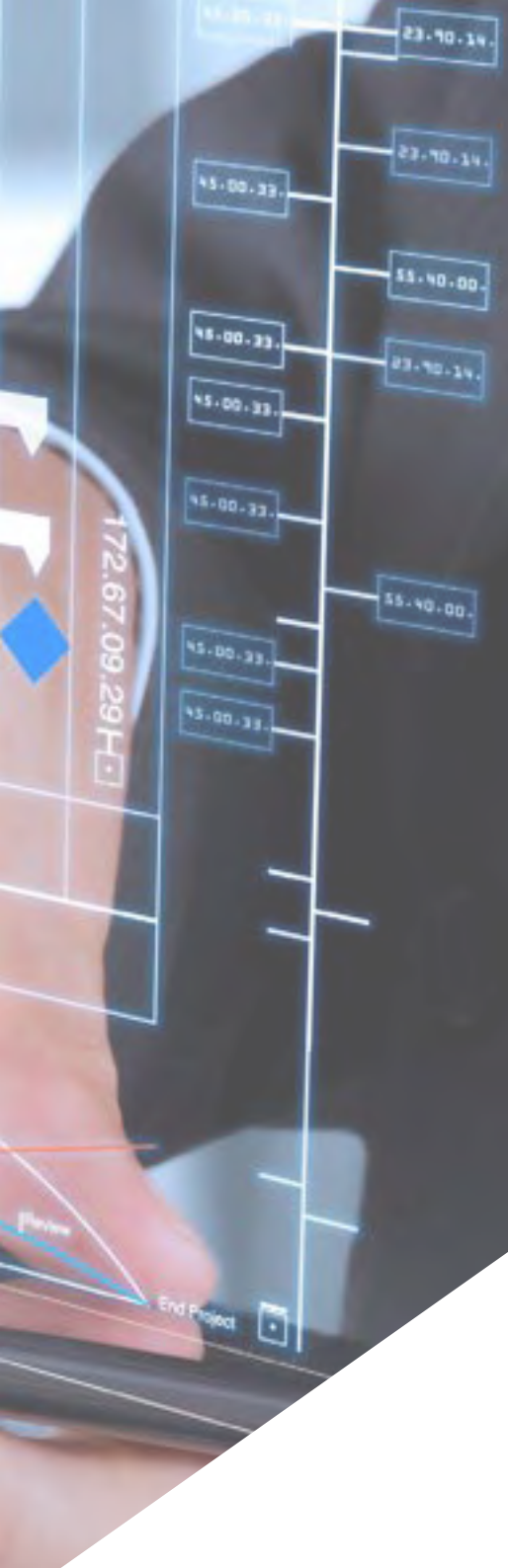
Da el paso para ponerte al día en las últimas novedades en el manejo de Administración de Negocios Digitales con esta Maestría"

05

¿Por qué nuestro programa?

Realizar la Maestría en TECH supone incrementar las posibilidades del profesional para desarrollarse como director de un negocio digital. Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un área de conocimiento apasionante. Se trata, por tanto, de una oportunidad única en manos del profesional de Desarrollar estrategias para crear nuevas oportunidades en mercados existentes. Todo esto de la mano del mejor cuadro docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Este programa de TECH es único por ofrecer a los altos directivos la oportunidad de acceder a la información desde cualquier parte del mundo”

01

Orientación 100% laboral

Con esta Maestría, el estudiante tendrá acceso a los mejores materiales didácticos del mercado. Todos ellos, además, concebidos con un enfoque eminentemente profesionalizante, es decir, que permiten al alumno comenzar a trabajar como director administrativo de un negocio digital desde el momento en que termine la titulación. Es todo un lujo que, solo estudiando en TECH, es posible.

02

La mejor institución

Estudiar en TECH Universidad Tecnológica supone una apuesta de éxito a futuro, que garantiza al estudiante una estabilidad profesional y personal. Gracias a los mejores contenidos académicos, 100% en línea, y al profesorado de esta Maestría, el alumno se asegura la mejor especialización del mercado. Y todo ello, desde casa y sin renunciar a su actividad profesional y personal.

03

Titulación directa

No hará falta que el estudiante haga una tesina, ni examen final, ni nada más para poder egresar y obtener su título. En TECH, el alumno tendrá una vía directa de titulación.

04

Los mejores recursos pedagógicos 100% en línea

TECH Universidad Tecnológica pone al alcance de los estudiantes de esta Maestría la última metodología educativa en línea, basada en una tecnología internacional de vanguardia, que permite estudiar sin tener que asistir a clase, y sin renunciar a adquirir ninguna competencia indispensable en la alta dirección comercial.

05

Educación adaptada al mundo real

TECH Universidad Tecnológica muestra al alumno las últimas tendencias, avances, trucos y estrategias para llevar a cabo su trabajo como director digital en un entorno cambiante y demandante. El objetivo de realizar esta labor requiere, además del conocimiento y las actitudes adecuadas para aplicar las metodologías acertadas, asumiendo un nivel de responsabilidad superior. Y para ello, el profesional necesita los recursos personales, mentales y profesionales más actualizados en este campo.

06

Aprender idiomas y obtener su certificado oficial

TECH da la posibilidad, además de obtener la certificación oficial de Inglés en el nivel B2, de seleccionar de forma optativa hasta otros 6 idiomas en los que, si el alumno desea, podrá certificarse.



07 Mejorar tus habilidades directivas

TECH es consciente de que para ser director hace falta mucho más que saber de procesos. Por eso, con esta Maestría mejora las habilidades directivas de los alumnos a partir de un recorrido completo por todas y cada una de las áreas a las que tendrá que hacer frente en su desarrollo profesional: desde la administración y las finanzas, hasta los recursos humanos y el liderazgo.

08 Especialización integral

En TECH Universidad Tecnológica, el profesional adquirirá una visión global en dirección en empresas de gran prestigio internacional y con presencia en los medios digitales. Así conocerá como estrategias para optimizar el servicio al cliente y mejorar la rentabilidad de la empresa en el mercado nacional e internacional, convirtiéndose, por tanto, en un activo de primer nivel.

09 Formar parte de una comunidad exclusiva

Estudiando en TECH, el directivo tendrá acceso a una comunidad de profesionales de élite, grandes empresas internacionales, organizaciones de prestigio y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH.

06

Salidas profesionales

El perfil de egreso de la Maestría en Administración de Negocios Digitales es el de un profesional con altas habilidades para dirigir un equipo o empresa internacional. En este sentido, al finalizar el programa, el profesional será capaz de aplicar los criterios de calidad a todos los procesos de la organización. De esta forma, se convertirá en un directivo solvente, competitivo y con gran capacidad de adaptación.





Conviértete en líder que siempre quisiste ser cursando esta Maestría"

Perfil profesional

El egresado de esta Maestría será un profesional competente y hábil para desempeñarse, de manera responsable y efectiva, en las empresas digitales que precisen sus servicios. Para ello, contará con las competencias profesionales que le permitirán ejercer en los numerosos campos de acción que se deben controlar para garantizar el cumplimiento de los objetivos de una organización: ser los mejores del mercado.

De esta manera, su capacitación con TECH le permitirá comprender y analizar el entorno que le rodea y su sentido crítico le hará competente para interpretar la veracidad de la información que recibe y tomar decisiones como medio para imponer soluciones a las problemáticas propias del sector empresarial.

El egresado será, de esta forma, un directivo técnicamente solvente y preparado para desempeñarse profesionalmente en el campo laboral.

Perfil investigativo

El egresado de esta Maestría tendrá la capacidad de planificar, dirigir, gestionar y mejorar los procesos de pensamiento crítico, análisis de situaciones y elaboración de respuestas eficientes, innovadoras, ajustadas y precisas. A su vez, adquirirá competencias para comprender e interpretar los problemas cardinales de su profesión, relacionados con el fomento del pensamiento crítico y la adaptación a nuevos entornos y exigencias profesionales.





Perfil ocupacional y campo de acción

Tras el logro de los objetivos de especialización planteados en este programa, el egresado tendrá la capacidad de planificar, dirigir, gestionar y mejorar los procesos de pensamiento crítico, análisis de situaciones y elaboración de respuestas eficientes innovadoras que ayuden a mejorar de forma exponencial el sector empresarial.

El egresado de TECH en Administración de Negocios Digitales estará preparado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo:

- Director comercial y de Marketing
- Director comercial
- Publicitarios en agencias
- Dirección de equipos comerciales
- Responsable de distribución comercial
- Técnico comercial
- Funcionario
- Jefe de producto
- Dirección de comunicación

Estás a tan solo un clic de convertirte en ese director que tanto querías. Y estudiando en TECH lo conseguirás de forma sencilla"

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la Maestría, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.



TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría de forma ilimitada y gratuita"

En el mundo competitivo de hoy, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un certificado oficial que acredite y reconozca nuestra competencia en aquellos que dominemos. De hecho, ya son muchos las escuelas, las universidades y las empresas que sólo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un certificado oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCERL establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que poseemos.

TECH ofrece los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCERL. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje online, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de compentencia lingüística, con la finalidad de prepararte para los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.



“48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCRL A1,A2, B1, B2, C1 y C2”

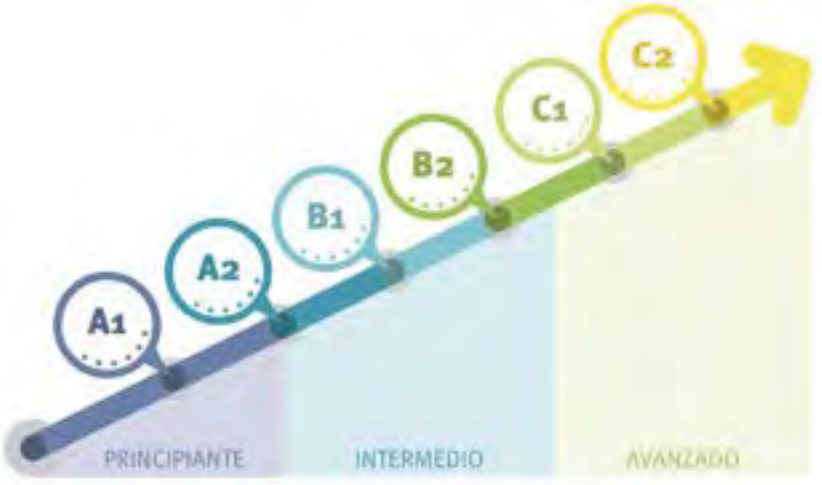




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas, y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la maestría, para poder prepararse el examen de certificación de nivel.
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCERL, desde el nivel A1 hasta el nivel C2.
- Podrá presentarse a un único examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto en evaluación lingüística. Si supera el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma.
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación única de cualquier idioma, están incluidas en la maestría.

Inscribiéndote en esta maestría que incluye los idiomas gratuitos, estarás ahorrando más del 60% del coste de tus estudios"



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 Ecommerce, 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

Requisitos de acceso y proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de las universidades en línea en todo el país. Podrás comenzar la Maestría sin trámites ni demoras: empieza a preparar la documentación y entrégala más adelante, sin premuras. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos, para ti, sean sencillos y no te ocasionen retrasos, ni incomodidades.





Ayudándote desde el inicio, TECH ofrece el procedimiento de admisión más sencillo y rápido de todas las universidades en línea del país"

Requisitos de acceso

Para poder acceder a los estudios de Maestría en Administración de Negocios Digitales es necesario presentar un Título y/o certificado de estudios totales de Licenciatura en un área del conocimiento relacionada con Administración pública o privada, Contabilidad, Economía, Mercadotecnia, Relaciones Públicas, Comercio, Comercio Internacional, Finanzas y/o Finanzas Internacionales.

Proceso de admisión

Para TECH es del todo fundamental que, en el inicio de la relación académica, el alumno esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, hemos creado un protocolo más sencillo en el que podrás concentrarte, desde el primer momento en tu capacitación, contando con un plazo mucho mayor de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

De esta manera, podrás incorporarte al curso tranquilamente. Algún tiempo más tarde, te informaremos del momento en el que podrás ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy sencilla, cómoda y rápida. Sólo deberás cargarlos y enviarlos, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Una vez que llegue el momento podrás contar con nuestro soporte, si te hace falta. Todos los documentos que nos facilites deberán ser rigurosamente ciertos y estar en vigor en el momento en que los envías.

Ingresa al programa de maestría de forma rápida y sin complicarte en trámites administrativos. Para que empieces a capacitarte desde el primer momento”



En cada caso, los documentos que debes tener listos para cargar en el campus virtual son:

Estudiantes con estudios universitarios realizados en México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Licenciatura legalizado
- Copia digitalizada del título legalizado

En caso de haber estudiado la licenciatura fuera de méxico, consulta con tu asesor académico. Se requerirá documentación adicional en casos especiales, como inscripciones a la maestría como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Estudiantes con estudios universitarios realizados fuera de México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- Copia digitalizada del Título, Diploma o Grado Académico oficiales de Licenciatura que ampare los estudios realizados en el extranjero
- Copia digitalizada del Certificado de Estudios de Licenciatura. En el que aparezcan las asignaturas con las calificaciones de los estudios cursados, que describan las unidades de aprendizaje, periodos en que se cursaron y calificaciones obtenidas

Se requerirá documentación adicional en casos especiales como inscripciones a maestría como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Es del todo necesario que atestigües que todos los documentos que nos facilitas son verdaderos y mantienen su vigencia en el momento en que los envías.

11
Titulación

Este programa te permite alcanzar la titulación de Maestría en Administración de Negocios Digitales obteniendo un título universitario válido por la Secretaría de Educación Pública, y si gustas, la Cédula Profesional de la Dirección General de Profesiones.





Consigue tu título y cédula profesional evitando trámites y complicaciones. TECH Universidad realizará todas las gestiones por ti”

Este programa te permite alcanzar el grado de **Maestría en Administración de Negocios Digitales**, obteniendo un reconocimiento universitario oficial válido tanto en tu país como de modo internacional.

Los títulos de la Universidad TECH están reconocidos por la Secretaría de Educación Pública (SEP). Este plan de estudios se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha 02 de DICIEMBRE de 2019 y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): 20210622.

Puedes consultar la validez de este programa en el acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios: **RVOE Maestría en Administración de Negocios Digitales**

Para más información sobre qué es el RVOE puedes consultar *aquí:*

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

Titulación: **Maestría en Administración de Negocios Digitales**

Nº de RVOE: **20210622**

Fecha de RVOE: **02/12/2019**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **21 meses**

Para recibir el presente título no será necesario realizar ningún trámite.
TECH Universidad Tecnológica realizará todas las gestiones oportunas ante las diferentes administraciones públicas en su nombre, para hacerle llegar a su domicilio:

- Título de la Maestría
- Certificado total de estudios
- Cédula Profesional

Si requiere que cualquiera de estos documentos le lleguen apostillados a su domicilio, póngase en contacto con su asesor académico.
TECH Universidad Tecnológica se hará cargo de todos los trámites.


tech universidad tecnológica

Otorga el presente

GRADO

a

D/Dña _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MAESTRÍA

en

Administración de Negocios Digitales

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública, según Acuerdo Nº. 20210622 en virtud de que demostró cumplir con los estudios correspondientes y aprobó conforme titulación automática el 02 Diciembre 2019.

A 28 de abril de 2021

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*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

Maestría
Administración de Negocios Digitales

Nº de RVOE: **20210622**

Fecha de RVOE: **02/12/2019**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **21 meses**

Maestría
Administración de Negocios Digitales

Nº de RVOE: 20210622

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR



tech universidad tecnológica