

POSTGRADO EN
**MARKETING
DIGITAL**
[PSMD]



+ 55 años

formando profesionales globales en marketing, management y tecnología

Fundada en 1965 con la misión de formar profesionales que den respuesta a las necesidades cambiantes de la Empresa y la Sociedad desde un punto de vista ético. Nuestra alta vinculación con el entorno empresarial nos ha facilitado enlazar docencia y realidad empresarial, dotando a todos los programas de la flexibilidad que permite al alumnado salir de nuestras aulas realmente capacitado para enfrentarse a los retos actuales de organizaciones modernas con posibilidades reales de éxito, siendo además motores de cambio en las mismas.

Son más de cinco décadas en las que hemos generado programas innovadores impartidos por un profesorado cualificado de excelente perfil académico, probada experiencia docente y reconocida trayectoria profesional. Además, promovemos un elevado número de actividades donde contamos con la presencia de relevantes miembros de la empresa: conferencias, foros, masterclass, practice days, etc.



+62.000
Antiguos
alumnos



12 Campus en España
y alianzas estratégicas
en 5 continentes



Acuerdos con
+125 universidades
en 4 continentes



Primeras posiciones
en rankings
empresariales

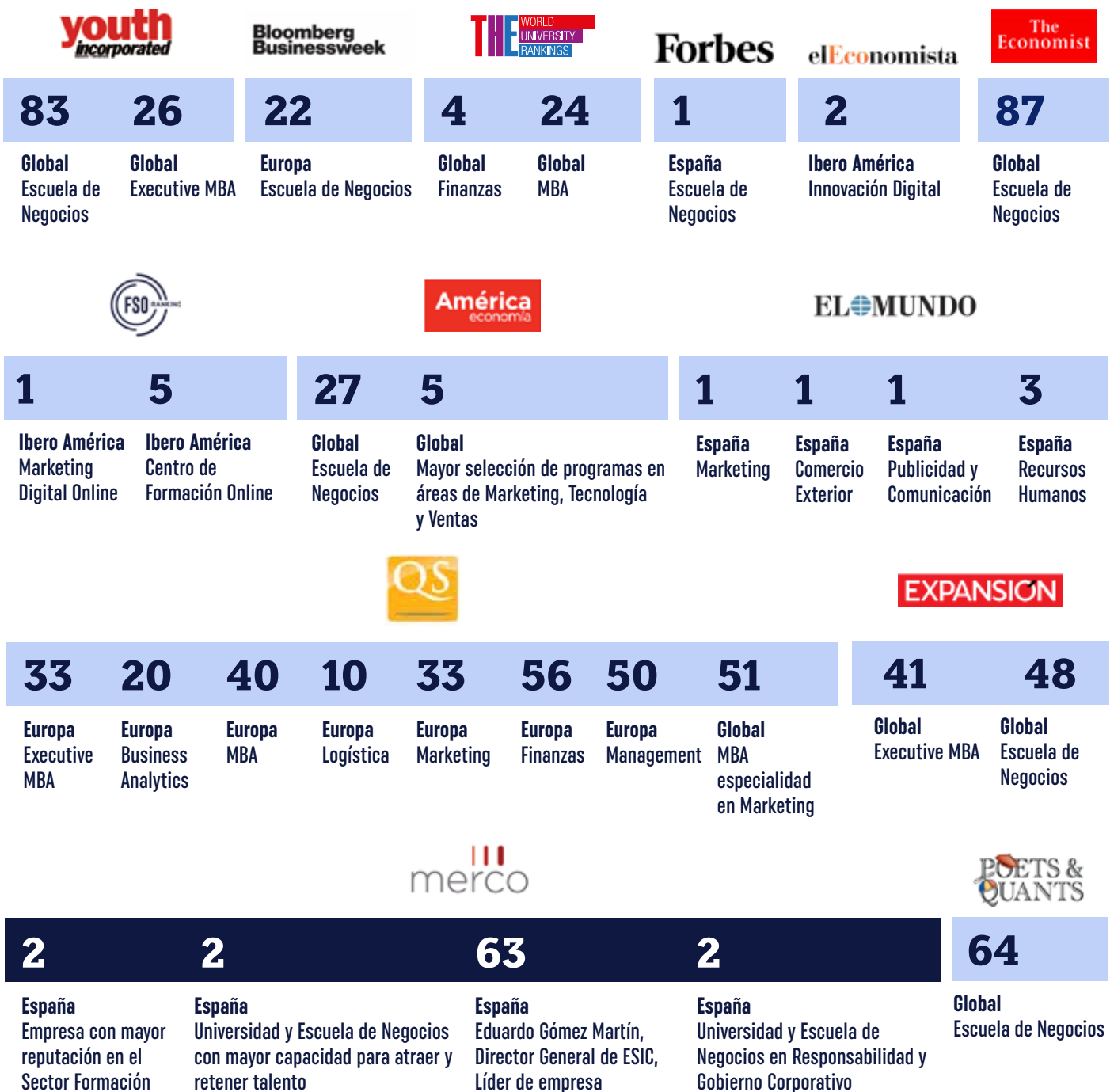
La calidad de nuestros programas está avalada por acreditaciones y certificaciones nacionales e internacionales:



Rankings y Reconocimientos

[Posicionados entre los mejores]

Importantes medios de comunicación nacionales e internacionales, así como otras instituciones de prestigio, han reconocido la calidad de los programas de ESIC, premiando su liderazgo y situándolo en las primeras posiciones de múltiples rankings.



 Institucional

 Escuela de Negocios

POSTGRADO EN

MARKETING DIGITAL [PSMD]

DIRIGIDO A

- > Profesionales del marketing, agencias de publicidad y/o comunicación con experiencia en la función pero con déficits en la gestión y en las habilidades del marketing digital.
- > Profesionales en proceso de transición de carrera que requieren conocer las nuevas dinámicas del marketing digital para valorar profundizar en ello con formatos marketing o confirmar tomas de decisión personal sobre su futura estrategia de dedicación profesional.

OBJETIVOS

- > Visión holística del proceso de plan de marketing digital.
- > Conocer el rol de cada disciplina digital en el proceso de toma de decisiones del cliente digital (customer decision journey)
- > Poder elegir los KPIs adecuados para control y seguimiento de las tácticas y acciones digitales.
- > Saber cuál es el talento digital necesario para cada posición
- > Uso inteligente de la gestión y la toma de decisiones en marketing digital basada en datos.





FACTORES DIFERENCIALES

- › Asimilación de la materia a través del desarrollo de un caso de negocio real transversal.
- › Los profesores son profesionales en activo que proporcionan experiencias de negocio reales actuales y favorece el desarrollo de un excelente network profesional.
- › Enfoque teórico basado en el debate guiado sobre realidades de negocio y búsqueda del sentido práctico mediante el contacto con herramientas y procesos reales que permiten concluir en la generación de valor.
- › Trabajo en equipo durante el programa para aplicar en un proyecto real los conocimientos adquiridos, facilitar la consolidación del network entre los integrantes del equipo, y finalmente desarrollar habilidades de comunicación en la exposición del caso ante la empresa que lo convoca.

TRANSFORMATIVE LEARNING

Nuestro ecosistema formativo se desarrolla mediante 4 ejes de actuación:

Student Centered Learning

Busca el aprendizaje autónomo y responsable para el desarrollo de un pensamiento crítico aplicado a todo el proceso: proyectos – análisis – feedback – acción

Power to Choose

El alumnado puede elegir el proceso de aprendizaje y especialización que mejor se adapte a sus circunstancias personales o profesionales



TRANSFORMATIVE LEARNING

Un robusto modelo pedagógico progresivo

Para desarrollar las competencias demandadas en cada momento independientemente de la experiencia y conocimiento de entrada de los alumnos. Todo bajo un modelo que combina el estudio autónomo con las asignaturas elegibles y las experiencias empresariales

Campus Infinito









El aula tradicional se combina y da paso a otros espacios físicos o virtuales; todo pensado en función de dónde se adquieran y desarrollen mejor las competencias

METODOLOGÍA

Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?

-  Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.
-  Sesiones online síncronas
-  Autoevaluación
-  Aplicación de casos de estudios y retos
-  Apoyo tutorizado y feedback
-  Actividades prácticas y experienciales
-  Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales
-  Proyecto final tutelado



ESTRUCTURA ACADÉMICA

El formato híbrido permite al alumnado personalizar y flexibilizar el aprendizaje a través de un permanente “training”. En el modelo de aula híbrida, la tecnología se integra como un elemento más del proceso de aprendizaje que garantiza la continuidad de la formación en todo momento.

Los módulos formativos desarrollan las competencias esenciales, genéricas y comunes, y profundizan sobre las competencias específicas, especializadas y propias de una función o posición concreta.

1 ASIGNATURAS

Planificación de medios digitales

- > Estrategia y planificación de medios digitales.
- > Análisis de inversión en medios digitales.

Mix de medios en campañas digitales

- > RTB
- > Display
- > Publicidad Nativa
- > Digital TV
- > Marketing de afiliación

SEM

- > Fundamentos y estrategia SEM
- > Creación de campañas SEM
- > Copywrtting para SEM
- > Otras opciones SEM por plataforma: Bing

Redes Sociales

Diseño y planificación de una estrategia de redes sociales incluyendo ORM (Online reputation management), tendencias de redes sociales y blog marketing + FB, IG, Tw, Ln, Youtube, Pinterest, TikTok.

SEO

- > Optimización y métricas SEO
- > Copywrtting para SEO
- > ASO

WEB/APPs

- > Arquitectura y diseño
- > Web/APP UX
- > Analítica web/APP

Tecnología de Marketing aplicada al cliente

CRM

- > Creación de landing pages, test multivariable, diseño centrado en la conversión, retorno de inversión-medición.
- > Gestión de base de datos, creación de piezas, segmentación, test A/B, medición.
- > Estrategias de inbound marketing y soporte de marketing automation.

Proyecto de e-commerce

- > Estrategia, omnicanalidad, análisis financiero de ecommerce e internacionalización.
- > Tecnologías, gestión del ecommerce: medios de pago, logística, Amazon ecosystem.
- > Ciclo end to end de un pedido Ecommerce.

2 PROYECTO FINAL

El proyecto final es un proyecto empresarial real que supone un desafío en el que el estudiante debe demostrar que se han cumplido los objetivos de aprendizaje y desarrollado todas las competencias del programa.

TOTAL: 18 CRÉDITOS

CLAUSTRO DE PROFESORES

Matías Ezequiel Acosta

Digital Marketing
Manager. VASS digital

Cristóbal Álvarez

Director General
Social & Sons

Marcos Blanco

Director Ejecutivo y Socio Fundador
Gestazion.com

Jorge Catalá

Head of Retail
Google Spain

Fernando Dompablo

Mobile Marketing Manager
Jobandtalent

Nathalie García

Fundadora | Directora General
E-retail advertising

Rafael García del Poyo

Socio responsable del Departamento de
Derecho de las Tecnologías de la Información
y de la Propiedad Intelectual e Industrial
Osborne Clarke

Santiago Hermosa

Director General
Doble O

Carlos Herrera

Director de Desarrollo de Negocio
Habilmind

Juan Carlos López

Director General
Inka Marketing Estratégico

José Manuel Piedrafita

Director de Marketing Online
Acierto.com

Carlos Rodrigo

Project Manager
T20 Media

Alberto Sáez

Jefe Proyectos Digitales e Innovación
Repsol

Elvis Santos

Director General
Shackleton Buzz&Press

Ildefonso José Tebar

Manager de comunicación integrada
Samsung

María Sandra Yagüe

CEO| Directora Ejecutiva
Yagüe&Yagüe Consultans



MADRID

91 452 41 00
info.madrid@esic.edu

BARCELONA

93 414 44 44
info.barcelona@esic.edu

VALENCIA

96 361 48 11
info.valencia@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA

97 635 07 14
info.zaragoza@esic.edu

ESIC-IESIDE**VIGO**

98 649 32 52
vigo@ieside.edu

A CORUÑA

98 118 50 35
coruna@ieside.edu

JUNIO 2021