



**MÁSTER DE  
FORMACIÓN  
PERMANENTE  
EN MARKETING  
DIGITAL**  
[MMD]

# +58 años formando profesionales globales en marketing, business 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.



+66.000  
Antiguos  
alumnos



11 Campus en España  
y alianzas estratégicas  
en 5 continentes



Acuerdos con  
+125 universidades



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.

### EXCELLENT



ESIC reconocida con 5 estrellas por QS STARS. Trabajamos junto al alumnado, alumni, docentes, personal de gestión y empresas empleadoras de nuestros graduados para hacer que nuestros programas sean reconocidos nacional e internacionalmente por los medios más prestigiosos, situándonos en el camino correcto para la excelencia, detectando los indicadores claves y críticos de éxito.



# MÁSTER EN MARKETING DIGITAL [MMD]

## PROPÓSITO DEL MÁSTER

El objetivo de este máster es aumentar tu competitividad profesional mediante una formación práctica con especial foco en proyectos digitales que cubren áreas críticas como el posicionamiento digital, la gestión de datos apoyada en la tecnología, el uso estratégico de redes sociales y el E-Commerce tendente hacia la omnicanalidad.

El programa te capacita para la dirección de marketing asegurándote una visión estratégica, la gestión integral de procesos data driven de las organizaciones, la toma de decisiones basadas en el impacto financiero del negocio y la revisión completa de las disciplinas de marketing digital organizadas a lo largo del funnel de ventas, asegurando la visión customer centric.

Una vez que finalices el programa, podrás obtener el título de Máster de Formación Permanente en Marketing Digital expedido por ESIC University.

## DIRIGIDO A

Este programa está diseñado para directores de marketing, consultores de marketing o comunicación, profesionales de agencias digitales, community managers o gerentes de pymes, entre otros perfiles.

Sin embargo, si eres emprendedor o graduado con una gran inquietud por establecer un plan de desarrollo profesional en esta área, también es tu máster, ya que nuestro programa está dirigido a perfiles que tienen estudios universitarios y que buscan destacar en el paradigma digital. Nuestro programa se imparte en distintos horarios que se ajustan a tu situación profesional, donde encontrarás perfiles similares al tuyo para que podáis aprender e intercambiar conocimientos a lo largo de todo el curso académico.



## SALIDAS LABORALES

- > CMO | CMTO
- > Digital Marketing Manager
- > Social Media Manager | Content Marketing Manager
- > Media, Influencers & PR Manager
- > SEO/SEM Manager
- > Digital User Experience Manager
- > Digital Communication Specialist
- > E-Commerce Manager | E-commerce Specialist
- > Digital Account Manager
- > Responsable de Medios Digitales
- > Lead or Adquisition Specialist
- > Emprendedores o Empresarios





## OBJETIVOS:



Vas a ser capaz de elaborar un plan de marketing digital anual completo en base al rigor de los objetivos y las estrategias, planes de acción con KPIs y claro ROI del plan en su conjunto.



Estarás preparado para gestionar proyectos digitales de forma práctica, definiendo procesos de marketing digital y el uso de las principales herramientas en áreas como: SEO, SEM, web, redes sociales, E-Commerce y el efecto transversal de los datos.



A partir de la práctica de casos reales de compañía sobre escenarios de marketing digital, vas a ser capaz de tomar decisiones que impactan en la generación de negocio de una compañía, conectando las inversiones de marketing digital con los resultados financieros.



Vas a desarrollar capacidades profesionales y directivas que te van a permitir evolucionar al mismo ritmo que la disrupción de los mercados, especialmente en áreas como liderazgo, comunicación, innovación, transformación digital, pensamiento crítico... con el límite de los valores éticos.



Vas a conocer las principales herramientas de marketing digital para optimizar el impacto que se genera en términos de resultado y time to market.

# FACTORES DIFERENCIALES:



## 6 Asignaturas en formato práctico

de proyecto digital basado en herramientas.



## 4 Talleres prácticos

de herramientas digitales.



## 5 Casos reales de empresas como:

**Bizum | BMW | Volvo | Bankinter | Iberdrola | LG** | Con presentación grupal de soluciones ante un tribunal formado por representantes de la empresa y profesorado.



## Uso de licencias profesionales de pago:

Chat GPT4 Plus, Midjourney, Xeerpa, CartoDB, Microsoft 360, Statista, Similarweb (uso individual y/o uso general en clase).



## Fomento del learnability:

Desarrollo de competencias directivas tanto de gestión como de desarrollo profesional y personal.



## Proyecto Final de Máster individual y tutorizado



## Profesores expertos en marketing digital



## Orientado a la empleabilidad



## Pertenencia al HUB ESIC de profesionales de marketing digital.



## Formación continua



## Desarrollo de cultura y habilidades de gestión de datos

# MÉTODO DOCENTE

## Transformative Learning by ESIC







Es un novedoso ecosistema formativo que te ayuda a desplegar al máximo tu talento y así desarrollarte profesional y personalmente.

En tu viaje de transformación personal, conseguirás interactuar con **cinco pilares de soporte**, que cimientan tu experiencia de aprendizaje:

1. La realidad empresarial, traída al aula a través de casos y actividades prácticas
2. Los Soft Skills fundamentales para tu desarrollo personal y profesional
3. Un profesorado experto docente y sectorial
4. Una comunidad heterogénea de alumnos nacionales e internacionales
5. Todas las áreas y servicios que ESIC pone a tu disposición

El método docente Transformative Learning te ayuda implementando **metodologías innovadoras de aprendizaje activo** donde el profesor te pone en el centro del proceso de aprendizaje y te guía hacia la excelencia académica. El objetivo es que adquieras competencias a través de la aplicación práctica de conocimientos y herramientas.

Los recursos que tendrás a tu disposición son:

-  **Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.**
-  **Autoevaluación**
-  **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

Nuestro programa académico se compone de ocho bloques de aprendizaje basado en asignaturas, un bloque que engloba los contenidos del Trabajo Final de Máster (TFM) y otro opcional como complemento de experiencia formativa internacional. Dentro de cada bloque estudiarás distintas asignaturas que podrán complementarse con herramientas relacionadas con la disciplina del bloque educativo.

1. La estrategia del marketing digital

2. Presencia digital: proyecto web

3. Relevancia digital: SEO&SEM

4. Data customer centric

5. Habilidades directivas

6. Planificación y control del plan de marketing digital (PMD)

7. Tráfico digital

8. Del ecommerce a la omnicanalidad

9. Non Curricular International Stay

10. Trabajo final del máster

Además, tienes la posibilidad de adquirir **licencias y certificaciones** que reflejarán todo el conocimiento aprendido.

Como **aprendizaje práctico** específico, cuentas con **talleres y casos grupales** que te ayudarán no solo a poner en práctica los conocimientos, sino a enfrentarte a retos reales con empresas y profesionales en activo.

## TALLERES:

Inteligencia Artificial Generativa aplicada al Marketing Digital | Xeerpa | Carto DB | Similarweb

## CASOS GRUPALES

**Bloque 1: Desafíos de las organizaciones en términos de competitividad en mercados disruptivos.**

**Bloque 2: Cómo diseñar la mejor web para buscar la relevancia digital y alinear objetivos estratégicos digitales.**

**Bloque 3: Cómo atraer tráfico a la web de forma sostenible.**

**Bloque 4: Optimizar el potencial de las redes sociales.**

**Bloque 5: Los retos de las ventas online.**

## HERRAMIENTAS QUE APRENDERÁS

Estas son **algunas de las herramientas con las que vas a trabajar** a lo largo de todo el curso. No solo las pondrás en práctica en el máster, sino que interiorizarás su uso para que se conviertan en herramientas de apoyo en tu vida laboral.

BUSINESS MODEL NAVIGATOR | STATISTA | SOSTAC | WOBM | HUBSPOT | WORDPRESS | SHOPIFY | ICECAT | GOOGLE ANALYTICS, SEARCH CONSOLE, KEYWORDPLANNER, SPEED, ADS GOOGLE DISPLAY (GDN) | SCREAMING FROG | SEO META SEO QUAKE | META ADS LINKEDIN ADS TWITTER ADS | AMZ PRODUCT FINDER AMZ REVIEW | KEEPA | FAKESPOT

## 1. La estrategia del marketing digital

### La estrategia de empresa y modelos de negocio digitales

Con esta asignatura vas a entender el ecosistema de negocio digital actual, las tendencias disruptivas del mismo y la implementación de la estrategia digital. Es el reto que afronta esta asignatura para conseguir consolidar la visión estratégica digital.

**Herramientas:** [Business Model Navigator](#), [Statista](#)

### Ética empresarial y sostenibilidad

Las empresas deben ser capaces de definir estrategias ganadoras en el ámbito competitivo digital teniendo en cuenta la sostenibilidad y las prácticas éticas que garantizan un liderazgo a largo plazo. No todo vale en el mercado para ganar cuota y cada vez hay más retos derivados de la IA, las fake news, las prácticas abusivas con el usuario, la adicción a contenidos y formatos online...

### Marketing Estratégico: El plan de marketing digital

En la asignatura de Marketing estratégico vas a adquirir la visión estratégica a través de un recorrido que comienza con Mercado y Competencia. Continúa con el análisis aplicado del conocimiento del consumidor para poder realizar la metodología y práctica y así aplicar el modelo de segmentación estratégica y el posicionamiento de la marca, bajo visión Customer Centric y Omniexperience. Finalmente, se adquirirá el conocimiento de cómo realizar un Plan de marketing estratégico digital.

**Herramientas:** [SOSTAC](#) y [WOBM](#)

### Open Innovation: crowd, lean start up & design thinking

Los mercados cada vez son más extremos y las compañías buscan posiciones como ser más baratos en precio o ser diferentes en valor. A través de un proceso híbrido de lean strat up, desing thinking y metodologías ágiles aprenderás a generar valor, desde una innovación donde el fenómeno crowd abre múltiples posibilidades.

**Herramientas:** [Design Thinking](#)

### La investigación de mercado: Social Media Listening

Escuchar al mercado es una de las claves del éxito hoy en día para el alcance del engagement, dentro de las estrategias y tácticas digitales. Social Media Listening significa entender cómo la disruptiva tecnología irrumpe para ayudarnos a escuchar y entender los comportamientos de los consumidores en el medio social y tiempo real. Aprenderás a escuchar, analizar y tomar decisiones de la estrategia digital y la comunicación a aplicar.

**Herramientas:** [Chat GPT4+](#), [Midjourney](#), [Xeerpa](#), [Carto DB](#)

**Caso Real Bloque 1: Desafíos de las organizaciones en términos de competitividad en mercados disruptivos.**

## 2. Presencia digital: proyecto web

### Usability, UX & Analytics

Esta asignatura te permite conocer las principales metodologías de desarrollo existentes, entender el concepto de diseño centrado en el usuario y descubrir las etapas que deben realizarse para construir soluciones, técnicas de calidad; desde la investigación al prototipado, el diseño, su desarrollo y programación hasta la puesta en producción. Pero, sobre todo, vas a entender su importancia estratégica en la visión global del marketing digital como plataforma principal de conversión y relación con cliente.

### Proyecto Digital: Creación de una página web

En esta asignatura realizarás de forma práctica un proyecto global de creación de website y APP. Aplicando metodología desing thinking y partiendo de la estrategia digital, establecerás los objetivos de negocio y buyer persona, crearás tu proyecto de website/Appm. Aprenderás a diseñar bajo UX, establecer los frameworks, mapas de contenidos, modelos de transacción, flujos de datos, etc. Para ello, utilizarás una herramienta de CRM que te permita realizar el proyecto.

**Herramientas:** [Wordpress](#)

### Caso Real Bloque 2: Cómo diseñar la mejor web para buscar la relevancia digital y alinear objetivos estratégicos digitales.

## 3. Relevancia digital: SEO&SEM

### Marketing de buscadores: SEO

La asignatura de SEO te ayudará a entender la importancia estratégica del canal, su papel dentro de la estrategia global de marketing digital, el funcionamiento de los motores de búsqueda, los criterios principales de los algoritmos y, en resumen, la construcción de activos digitales optimizados tanto para las intenciones del mercado como para los principales buscadores. SEO off page y SEO ON page.

### Proyecto Digital: Optimización SEO

En esta asignatura los alumnos aprenderás cómo gestionar la estrategia SEO en la práctica. Con este proyecto, podrás entender la importancia de la gestión y optimización de los motores de búsqueda como clave del éxito del negocio digital. Aprenderás a realizar las auditorías pertinentes, a entender cómo afecta el SEO en el diseño de un proyecto digital, a seguir las instrucciones requeridas por los buscadores y como implica el concepto Adwords en tu proyecto global digital. Igualmente, te apoyarás en la herramienta que te permite tener la visión práctica del proyecto.

**Herramientas:** [Google Analytics](#), [Google Search Console](#), [Google keyword planner](#), [Screaming Frog](#), [Google speed](#), [SEO Meta in one click](#), [SEO quake](#)

### Marketing de buscadores: SEM

El principal buscador a nivel mundial, Google, ofrece una herramienta muy potente que une distintos formatos y plataformas a través de la cual se puede hacer publicidad en distintas etapas del customer journey; Youtube, la GDN, Shopping, Google Play, Google Maps... Los resultados de Google y sus socios entre otros, permiten alcanzar distintos objetivos de tráfico, branding y visibilidad, conversiones, entre otros.

### Proyecto Digital: Campañas SEM

En esta asignatura aprenderás a desarrollar las campañas de Google Ads en la práctica. Podrás desarrollar la estrategia de marketing digital, la selección de una de las campañas de la misma y la realización de esta. Diseñarás la segmentación, realizarás el tageado, y crearás paso a paso para conocer todas las implicaciones de las herramientas de Google.

**Herramientas:** [Google Ads](#)

### Caso Real Bloque 3: Cómo atraer tráfico a la web de forma sostenible.

**Licencia:** Similarweb

## 4. Data customer centric

### Ética y legalidad del dato

La nueva regulación de los datos, bajo el reglamento de la RGPD nos lleva a entender en profundidad el significado y alcance de la misma, no únicamente desde la perspectiva legal, sino de la visión ética de anunciantes, agencias y medios. En esta asignatura vas a realizar un análisis de la regulación, el alcance de la misma en negocio y las buenas prácticas para contactar al consumidor de una manera eficiente y eficaz.

### Business Intelligence: data analytics & Tecnologías: IA & machine learning

La inteligencia de mercado y de marketing son hoy en día una asignatura obligada para poder tomar las decisiones más acertadas de negocio y marketing. En esta asignatura vas a adquirir la visión estratégica y analítica. Vas a centrarte en entender las fuentes de los datos, cómo convertirlos en conocimiento inteligente, medirlos e interpretarlos combinando metodología con tecnología. Te enseñará el importante papel y las tendencias que nos marca la IA y el machine para diseñar nuestra estrategia digital y guiar los proyectos de transformación digital.

**Herramientas:** [Data IKU](#), [Xeerpa](#), [Carto DB](#)

### Sistemas de gestión basado en datos de clientes: del CRM al CMP

Conocer al cliente es un hito clave en las estrategias actuales de negocio y marketing, hay que captar y crecer con los clientes para tener negocios sostenibles. En esta asignatura te centrarás en entender el ecosistema del cliente, la evolución del CRM al CPM y en la importancia del marketing automation para el alcance del engagement marca-cliente.

**Herramientas:** [Data IKU](#), [Xeerpa](#), [Carto DB](#)

### Proyecto Digital: Plataformas Digitales herramientas CRM

En esta asignatura práctica implementarás un CRM en una compañía utilizando Hubspot.

**Herramientas:** [Hubspot](#)

## 5. Habilidades directivas

### Comunicación y liderazgo

Los profesionales que demandan las empresas deben ser líderes de su propio destino, de sus equipos y desarrollar las condiciones para poder liderar las organizaciones en un entorno altamente dinámico donde la adaptación del cambio es fundamental. Además, deben saber comunicar sus planes y decisiones de forma persuasiva con diferentes stakeholders: clientes, usuarios, accionistas, dirección, empleados, socios, colaboradores...

### Pensamiento crítico

Podrás hacer una diferenciación entre los síntomas y los problemas para poder identificar aquellas decisiones que tengan un mayor impacto en el negocio, minimizando el esfuerzo y coste organizativo, de tiempo y financiero. Asimismo, tendrás a tu disposición todas las herramientas de análisis necesarias para poder cuantificar dichos problemas diferenciando aquellos que son de negocio/económicos de los que son problemas personales/organizativos.

## 6. Planificación y control del plan de marketing digital (PMD)

### Finanzas para la dirección de marketing digital

Con esta asignatura vas a aprender las principales estructuras de coste e ingresos para el negocio digital. Crearás una cuenta de resultados que permita la viabilidad del negocio digital e incorporarás conceptos básicos de ingresos y costes y su clasificación. Conocerás los principios básicos de monetización de servicios, ratios financieros y de rentabilidad, planificación y control de los presupuestos.

### Planificación de medios

Vas a adquirir conocimientos de la metodología de la inversión de los medios digitales. Aprenderás a definir los medios digitales y la inversión bajo la visión de optimización de la inversión. Podrás crear una planificación utilizando los KPI's y ROI con orientación a resultados.

**Herramientas:** [Google Display Network \(GDN\)](#)

## 7. Tráfico digital

### Tecnología de Marketing aplicada al cliente

Es una asignatura de inbound que te enseñará a conectar marcas con consumidores, a través del funnel de ventas y el marketing de contenidos. El foco se centra en realizarlo con una visión de personalización. Aprenderás a realizar campañas integradas de marketing, entendiendo las fases de atracción, consideración, conversión y fidelización; a través de los contenidos y el marketing automation. Mediante el Marketing Automation crearás campañas y generarás acciones de lead generation, nurturing y retención automatizadas, alcanzando el conocimiento analítico que permite tomar decisiones y generar negocio. Aprenderás cómo se incrementa y optimiza el negocio a través del incrementar el LTV de los clientes y diseñarás campañas integradas de marketing, combinando datos, herramientas y tecnología.

### Display & RTB

El marketing digital nos ofrece una amplia gama de posibilidades, pero las marcas eligen display y RTB. En esta asignatura veras display y RTB (Real time Bidding): Sistemas sofisticados de pujas en publicidad pagada.

**Herramientas:** [Google Display \(GDN\)](#)

### Estrategia de Social Media

Esta asignatura está planificada para que aprendas a gestionar la actividad que las marcas deben llevar a cabo en el entorno social media (SMP: social media plan). Estudiarás cómo este plan debe compatibilizarse con el resto de las acciones digitales que realizan las compañías para alcanzar diferentes objetivos. Analizarás elementos de la estrategia de social media tales como los objetivos, la selección de las redes sociales, la inclusión de los diferentes activos que intervienen en la publicación de contenidos, pasando por la diferenciación entre contenidos orgánicos y de pago.

### Proyecto Digital: Campañas Ads

En esta asignatura aprenderás a crear las campañas basándote en las estrategias de Social Media que has diseñado previamente. Crearás campañas personalizadas, considerando todos los aspectos de la campaña; desde la estrategia, inversión y contenidos en las principales plataformas de social media. Podrás diseñar campañas en diversas plataformas: FB Ads (FB insights), Twitter, TikTok.

**Herramientas:** [Meta Ads](#), [Linkedin Ads](#), [Twitter Ads](#)

### Caso Real Bloque 7: Optimizar el potencial de las redes sociales.

**Licencia:** Similarweb

## 8. Del ecommerce a la omnicanalidad

### Estrategia de canales: hacia la omnicanalidad

La Omnicanalidad marca tu aprendizaje de esta asignatura, bajo una perspectiva de entender el negocio digital actual. Desde potenciar las tiendas on-line de las marcas hasta su presencia en los principales marketplace. Aprenderás las principales tendencias de los consumidores en los ecosistemas digitales, como el ROPO o SHOWROOMING, además de entender el alcance de construir la omnicanalidad de las marcas, su orientación a negocio y la gestión de clientes con la tecnología.

### CRO, operaciones y marketplaces

Esta asignatura adquirirás conocimiento del actual ecosistema de los principales Market places, como Amazon, estudiando su ecosistema y cómo influye en los actuales modelos de negocio digitales. Se estudiará en profundidad AMZ Product Finder, Keepa y Fakespot AMZ review.

**Herramientas:** [AMZ Product Finder](#), [Keepa](#), [Fakespot AMZ review](#)

### Caso Real Bloque 8: Los retos de las ventas online.

**Licencia:** Similarweb

### Proyecto Digital: B2C tienda online

En esta asignatura aprenderás a crear una tienda on-line paso a paso. Desde la estrategia digital, los objetivos de negocio, los requerimientos técnicos hasta la gestión de las transacciones. Podrás crear un prototipo y entender cómo se crea y gestiona un e-commerce en la práctica, utilizando una herramienta práctica que permita el alcance del proyecto.


**Herramientas:** [Shopify](#)

## 9. Non Curricular International Stay

Non Curricular International Stay como complemento de experiencia formativa internacional. Para el curso 2024/2025 las Estancias Internacionales disponibles son:



**GEORGETOWN  
UNIVERSITY**  
CENTER FOR INTERCULTURAL  
EDUCATION AND DEVELOPMENT

Washington DC, US   
Understanding today's Business  
Environment



Le Havre, Francia   
ESG in the new business era

Estonian  
Business  
School  
Tallinn | Helsinki



Tallín, Estonia   
Digital Innovation and Transformation:  
Estonia's Path to the Future

\*Si por alguna razón fuera de nuestro control, este destino no está disponible, haremos todo lo posible para ofrecer una alternativa adecuada.

\*Precios y condiciones a consultar.

\*El importe del Non Curricular International Stay no está incluido en el Máster.

\*Plazas sujetas a disponibilidad.

\*Se aplican tarifas adicionales.

\*Ciudades de salida: Madrid/Barcelona.

\*Los términos y condiciones están sujetos a cada admisión.

## 10. Trabajo final del máster

**Creación de un plan de marketing digital y desarrollo de habilidades directivas: comunicación persuasiva y liderazgo consciente.**

Tendrás que realizar un Proyecto de Final de Máster en grupo, que se centra en la demostración de los conocimientos adquiridos durante todo el curso académico. Además de fortalecer el hábito de trabajo en equipo, podrás demostrar las habilidades de liderazgo y comunicación persuasiva adquiridas como parte de tu formación.

**Herramientas:** [SOSTAC](#), [WOBM](#)

**Licencia:** Similarweb

\*Estructura académica sujeta a cambios. Algunas sesiones de realidad empresarial y networking podrían impartirse en webinars fuera del horario lectivo.



# ACTIVIDADES PRÁCTICAS

## TALLERES

- **Taller de Inteligencia Artificial Generativa Aplicada al Marketing Digital**

Utilizaremos las herramientas Chat GPT4+ y Midjourney con el objetivo de aprender a interactuar con el prompt con el fin de conseguir resultados óptimos en términos de marketing digital que luego deberemos saber integrar en nuestro plan para conseguir diferenciación, eficacia y eficiencia.

- **Taller de Xeerpa**

En este taller podrás diseñar buyer personas de los planes y las campañas de marketing digital a partir del registro único de usuario único de social login. Al estar integrado con variables de IBM Watson, proporciona un conocimiento único del cliente y una excelente oportunidad de personalización, y obtención de insights de negocio.

- **Taller Carto DB**

Este taller está organizado en dos partes. En la primera se cubren aspectos como: Introducción a la inteligencia de ubicación, Introducción a CARTO, ¿Qué es la inteligencia de ubicación?, ¿Cómo se puede utilizar Location Intelligence para impulsar mejores decisiones comerciales?, Casos de uso de sector/cliente con ejemplos prácticos. En la segunda parte el foco es: capacitación en la plataforma CARTO, Componentes clave de la plataforma CARTO, Introducción a CARTO Builder, Cómo ingerir datos, crear visualizaciones de mapas, paneles y ejecutar análisis espaciales, estudio de caso práctico para que te familiarices con la tecnología de la plataforma.

- **Taller SIMILARWEB**

Este taller se centra en esta herramienta de referencia de marketing digital a nivel global. En el taller descubrirás cómo optimizar SEO y como aplicarlo en el marketing de contenidos, investigación de la competencia, PPC, y marketing en redes sociales.

## CASOS GRUPALES

En el Máster en Marketing Digital se **trabajan 5 casos transversales de asignaturas que se desarrollan sobre briefings reales de empresas** y que tienen como objetivo ayudarte a interiorizar y practicar los conocimientos adquiridos mediante la realización de una propuesta profesional real a una empresa reconocida y de prestigio. Realizarás estos casos grupales para empresas como estas:

**VOLVO | REPSOL | PEPSICO | DANONE | SAMSUNG | PUBLICIS GROUP | IBERDROLA | UNILEVER | NESSPRESO...**

Además de trabajar con casos reales de empresa en los que aplicar y potenciar el aprendizaje durante el máster, tendrás una oportunidad inmejorable para demostrar y visualizar tu talento y capacidades ante las empresas convocadas y profesionales del marketing de más alto nivel, poniendo el foco en la empleabilidad.

La organización temática de los casos es la siguiente:

- **Caso 1: Desafíos de las organizaciones en términos de competitividad en mercados disruptivos**
- **Caso 2: Cómo diseñar la mejor web para buscar la relevancia digital y alinear objetivos estratégicos digitales**
- **Caso 3: Cómo atraer tráfico a la web de forma sostenible**
- **Caso 4: Optimizar el potencial de las redes sociales**
- **Caso 5: Los retos de las ventas online**



# CLAUSTRO DE PROFESORES Y PONENTES INVITADOS

## DIRECTOR DEL PROGRAMA

### **Visconti Caparrós, José María**

PhD (c) en el Programa de Economía y Empresa, Universidad Autónoma de Madrid. Postgrado en Dirección Comercial, ESADE. Postgrado en Derecho Laboral, Escuela de Práctica jurídica de Madrid. Licenciado en CCEE, Universidad Autónoma de Madrid. Licenciado en Derecho, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director de Másters en ESIC en las áreas de Marketing Digital y Negocio Digital. Anteriormente: Senior Advisor en la consultora de innovación digital Opinno.

### **Ferrero Navarro, José Luis**

Programa de Desarrollo Directivo, PDD-IESE Executive Education. Máster en Marketing Digital, EUDE Business School. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial GESCO - ESIC Business School. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Valencia. Actualmente: Commerce Lead Iberia, Publicis Groupe España. Vicepresidente, CDCE Club de Dirigentes de Comercio Electrónico. Anteriormente: Senior Manager eCommerce y Desarrollo de Negocio, Philips Lighting Solutions.

### **García Blanco, Marcos Antonio**

Máster en Publicidad y Medios publicitarios, ESIC Business & Marketing School. Diplomado en Marketing y Publicidad, CENP. Actualmente: Director Ejecutivo y Socio, Gestazion.com. Advisor y miembro del Consejo de Advisors, Ufounders. Anteriormente: Socio Fundador, Recetizate.com. CEO, MMBB Group. Director Creativo Online, Agencia Sheridan. Director de Arte on line, Teknoland.

### **Molina Artigot, Carlos**

Experto Certificado en Experiencia de Cliente, IZO. Licenciado en Ciencias Ambientales, Universidad de Alcalá. Actualmente: VP Sales & Digital, IZO. Anteriormente: VP Corporativo de Innovación y Consultoría, IZO.



**Muñoz García, Juan Carlos**

Máster en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director de Marketing Digital y CRM, Volvo Car España.

**Panera García, Marta**

Máster en Marketing y Dirección Comercial, Instituto de Formación Empresarial de la Cámara de Comercio de Madrid. Licenciada en Periodismo, Comunicación Social, Business y Comunicación Corporativa, University of Wales. Actualmente: Directora de Marketing y Comunicación para Europa, FOREO. Miembro del Consejo General, Madrid Capital del Lujo. Anteriormente: Directora de Marketing y Desarrollo de Negocio E-commerce, Showroomprive.

**Piedrafita Moreno, José Manuel**

Programa Superior en UX y CRO, IEBS Business School. Programa Superior en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Documentación, Universidad Carlos III de Madrid. Licenciado en Humanidades (Filosofía y Letras), Universidad de Alcalá. Actualmente: Performance Marketing Manager, Acierto.com. Anteriormente: Responsable SEO, SEM, SMM y Paid Media, Movistar Prosegur Alarmas.

**Puente Gascón, Diego Manuel**

Executive MBA, IE Business School. Máster en Marketing Online y Comercio Electrónico. ESIC Business & Marketing School. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Directo ejecutivo de estrategia cliente (CCO / CMO), EBN Banco. Anteriormente: Director Marketing Digital y eCommerce, Supermercados DIA.

**Revilla, Verónica**

Programa de Desarrollo Directivo (PDD), Escuela de Organización Industrial EOI. Programa ejecutivo en Big Data & Business Analytics, EOI. Ingeniero de Edificación, Universidad Europea. Actualmente: Responsable de Medios Digitales, transformación y AdTech, Telefónica.

**Sáez Vila, Alberto**

Máster Europeo de Marketing en Internet y Publicidad Digital, ICEMD. Máster en Dirección Comercial y Marketing, CESMA. Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Gerente Comunicación Digital, Repsol. Anteriormente: Gestor de Publicidad y Marketing, Autoclub Repsol. Responsable Comercial, Adecco. Gestor de Marketing y Comunicación Digital, Caja Madrid. Consultor Comercial y de Estrategia de negocio, Netjuice Consulting.

**Soto Nadal, Antonio**

Master in Digital Business, ESIC Business & Marketing School. Ingeniería de Telecomunicaciones, Universidad Politécnica de Cartagena. Actualmente: Director de Negocios Globales, Pikolinos. Anteriormente: Director

de comercio electrónico, digital y medios, LG Electronics. Responsable de e-Commerce - División de Lujo, L'Oréal. Responsable de e-Commerce - categoría no alimentaria, Carrefour. Responsable de e-Commerce & SEO, Decathlon Internacional.

**Torre Solá, Nacho**

Máster en Gestión de la Innovación, Instituto Tecnológico de Aragón. SMPDB – Senior Management Program in Digital Business, ICEMD. PSMD – Programa Superior en Marketing Digital, ICEMD-ESIC. PDPIA – Programa de Desarrollo Profesional en Inteligencia Artificial, UNIR. Ingeniero Industrial, Universidad de Zaragoza. Actualmente: Director de Marketing y Estrategia Digital, Ibercaja. Anteriormente: Secretario Técnico del Consejero Delegado y Jefe de Innovación y Experiencia de cliente, Ibercaja.

**Zurriaga Clavel, Daniel**

Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC Business & Marketing School. Master in Digital Business, ESIC Business & Marketing School. Postgrado IE Business School. Ingeniería en Telecomunicaciones, Universitat Politècnica de València (UPV). Actualmente: Director de Ventas y Marketing, Vocento (Las Provincias). Anteriormente: Director de Ventas, ONO. Jefe de Alianzas y jefe de ventas Segmento Jóvenes, nuevos canales y particulares avanzados, Vodafone. Responsable de Soluciones integradas, Airtel.

**Álvarez Teruel, Cristóbal**

Máster en Comunicación Estratégica y Digital, Universidad de Alcalá. Máster en Marketing Internacional Unión Europea y China, Universidad Rey Juan Carlos. MBA, UNED. Máster en Comunicación y Medios, Universidad CEU San Pablo. Actualmente: CEO, Social & Sons. Anteriormente: Director de Marketing y RRSS, OGILVY.

**Fuentes Santos, Paloma**

Máster en Marketing de Comercio Internacional, ESIC Business & Marketing School. Programa de Negocios Internacionales, ESDES Business School. Máster en Marketing Digital, KSchool. Actualmente: Global Digital Manager, Starcom. Anteriormente: Especialista en Programación, OMD España. Product Manager para el mercado asiático, MANGO.

**Hermosa Martín, Santiago**

Máster en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Diplomado en Programación de Bases de Datos en la Web, Bickenhall College of London. Licenciado en Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: CEO y Fundador, dobleO. Anteriormente: Search & Social Manager, Altogether Digital / WCRS.



**Hernández Ruiz, Jesús**

PhD Economía de la Empresa, Universidad Rey Juan Carlos. MBA, ESIC Business & Marketing School. Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Lincoln University. Licenciatura en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: Asesor Comisionado UN sobre Futuros e Impacto de las Tecnologías Digitales, United Nations. CEO, A04Media. Anteriormente: Country Manager, YOC".

**Hervas Ramírez, Rubén**

Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: Founder & CEO WOBM y Founder & CEO Cornicabra. Anteriormente: Fundador 7P Marketing y M&H Marketing.

**López Quintero, Juan Carlos**

Licenciado en Derecho, UCM. Actualmente: Mediador laboral, Fundación SIMA. Anteriormente: Director de Relaciones Laborales, IBM.

**López-Riobóo Moreno, Alejandro**

Programa de Desarrollo Directivo (PDD), IESE. Máster en Gestión y Dirección Comercial, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director Ejecutivo, Antipodes Digital. Anteriormente: Chief Knowledge Officer (CKO) Área Digital, Industrial Marketing Center (IMC).

**Lucas Pesque, Paloma**

Máster en Marketing Relacional, CRM & E-commerce. ESIC Business & Marketing School. Licenciada en Economía, Universidad Carlos III de Madrid. Actualmente: CEO, Strategyland. Anteriormente: Directora de marketing para Iberia, LATAM, Mediterráneo, Global Blue.

**Mochales, Gerardo**

PhD en Economía, Universidad Complutense. PDD, Harvard University. MBA, Kellogg School of Management. Licenciatura en Dirección y Administración de Empresas, ICADE. Anteriormente: Director Global de Marketing, Comunicación y Relaciones Institucionales, Acciona. Director Joint Venture GS-Aguirre Newman Asset Management, Goldman Sachs. Director de Marketing, Coca Cola. Consultor, McKinsey & Company.

**Redondo Abaz, Samuel**

MBA, ESIC Business & Marketing School. Ingeniería Industrial, Universidad Carlos III de Madrid. Actualmente: Business and Sales Manager Europe, Shell. Anteriormente: Risk and Market Strategy Consultant, Enel. Consultor, KPMG, España. Consultor, Enred Consultores. Consultor, Accenture España.

**Rodrigo Hernández, Carlos**

Máster en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Universidad San Pablo CEU. Actualmente: Responsable Canales Digitales Movistar Prosegur Alarmas. Senior Project Manager, t26.

**Rosell Aguirre, José Fermín**

Executive MBA, IE Business School, Licenciado en Ciencias Empresariales, ESIC Business & Marketing School. Anteriormente: Manager de Banca Digital, Banco Santander. Director de Marketing, Dinners Club International.

**Tomás Jodar, David**

Ingeniería, Universitat Politècnica de Catalunya. Actualmente: Cofundador / Chief Empathy Officer, Cyberclick. Business Angel y Mentor de Startups. Autor "'La empresa más feliz del mundo'" y "'Diario de un Millennial'". Anteriormente: Board Member, Deporvillage.com.

**Yagüe Toyos, Sandra**

International executive MBA, IE, Business School. Export-Import Finance Diploma. NYU Stern School Business. Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: CEO y Digital Marketing Director, Yagüe&Yagüe Consultants. Anteriormente: Managing Director, Bosh Car Service. Directora Marketing Digital Unidad de la Mujer, Hospital Ruber Internacional. Sales Operations Manager Europe South, Carestream Health. Sales and Business Unit Manager, Yamovil. Customer Management, Back-office, The Gaslight.

**Cristóbal Rey, Álvaro**

Programa Superior en RTB y Compra Programática, IAB Spain. Programa Superior en Mobile Mkt y Publicidad, Kschool. Licenciado en Publicidad y RRPP, Universidad Rey Juan Carlos. Actualmente: Sales Director, Adform. Anteriormente: Performance & Programmatic Director, OMD España.

**Encinas Oñate, Daniel**

Senior Management Program in Digital Sales, ICEMD. Ingeniero Técnico Superior Industrial con especialidad en Organización Industrial, Universidad Politécnica de Madrid. Actualmente: Senior Partner, Cognodata. Anteriormente: Associate Executive Director, Deloitte.

**Fernández de Cordoba Cascales, Gonzalo**

Licenciado Superior en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: Director General, Accenture Song. Anteriormente: Director General, Shackleton.

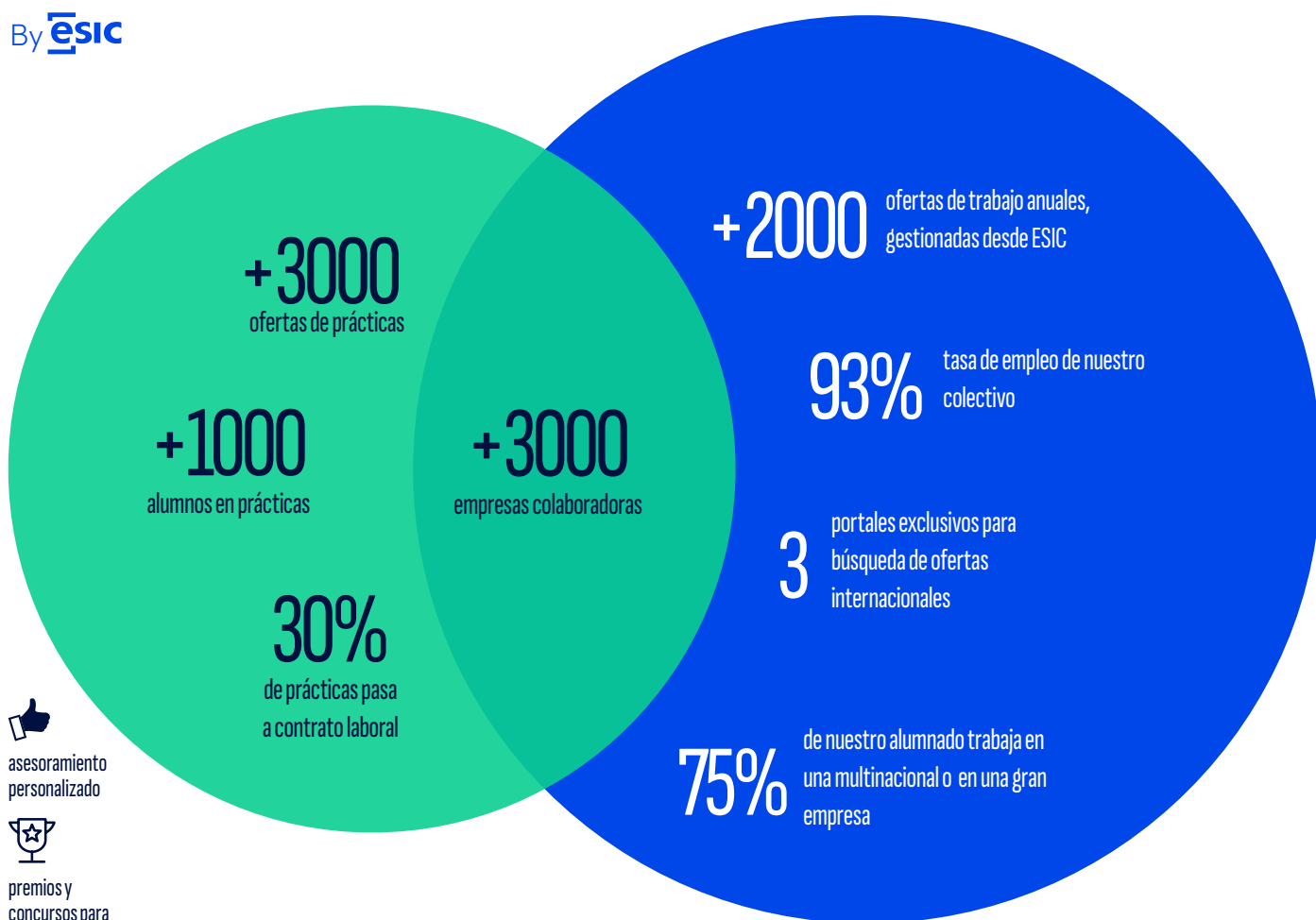


# TE PREPARAMOS PARA TRABAJAR EN LAS MEJORES EMPRESAS DEL MUNDO

**udcp**  
UNIDAD DE  
DESARROLLO  
PROFESIONAL  
By **ESIC**

## PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Potenciamos la presencia del alumnado en las empresas, facilitando la aplicación de conocimientos teórico/prácticos mediante la realización de prácticas.



asesoramiento personalizado



premios y concursos para emprendedores



talleres de emprendimiento



charlas y encuentros con emprendedores



networking entre emprendedores



incubadora de ideas



foros de inversores

## EMPREENDEDORES

ESIC Business School genera, impulsa e integra las acciones para el fomento del emprendimiento, proporcionando apoyo y formación. Desarrolla actividades y programas en el ámbito de la creación de empresas para apoyar las iniciativas empresariales de nuestros estudiantes y contribuir a su consolidación.

## CARRERAS PROFESIONALES

Durante toda tu trayectoria desde Carreras Profesionales, te formamos y asesoramos en materia de empleabilidad, apoyándote en la búsqueda de oportunidades mediante el acceso a un portal de empleabilidad exclusivo y la organización de ferias de empleo y eventos de reclutamiento.



## ÁREA DE IDIOMAS [profesionales globales]

**ESIC Idiomas** está concebido para facilitar una experiencia interesante, agradable y provechosa que permita alcanzar metas de comunicación internacional en el ámbito profesional, académico o personal.

**ESIC Idiomas** está acreditado para la realización y evaluación de las principales pruebas nivel reconocidas internacionalmente: TOEFL, TOEIC, Cambridge General English y Cambridge Business English Certificates (BEC). Además ofrece formación en otros idiomas como alemán, francés, chino y español para extranjeros (acreditada por el Instituto Cervantes).

**Centro preparador y examinador oficial.**



**Empresas y  
Profesionales**

**Cursos anuales**

**Programas a medida**

**Programas específicos**

**Intensivos**

**Individuales**

**Conversación**

**Nuestro presente es bilingüe,  
multicultural y global...  
nuestros alumnos también lo son.**

### Recorridos internacionales



**Contamos con múltiples destinos  
donde podrás completar tu formación**

## DESARROLLO INTERNACIONAL

**[global + multicultural]**

Reforzamos nuestra oferta educativa con la posibilidad de completar con una experiencia internacional el itinerario curricular elegido. Para ello, disponemos de acuerdos de colaboración e intercambio y programas internacionales con:



+40 países  
de destino



acuerdos con  
+125 universidades



+500  
alumnos

MADRID  
+34 91 452 41 00  
info.madrid@esic.edu

BARCELONA  
+34 93 414 44 44  
info.barcelona@esic.edu

VALENCIA  
+34 96 361 48 11  
info.valencia@esic.edu

SEVILLA  
+34 95 446 00 03  
info.sevilla@esgerencia.com

ZARAGOZA  
+34 97 635 07 14  
info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA  
+34 95 202 03 69  
info.malaga@esgerencia.com

PAMPLONA  
+34 94 829 01 55  
info.pamplona@esic.edu

BILBAO  
+34 94 470 24 86  
formacion@camarabilbao.com

GRANADA  
+34 95 822 29 14  
master@esgerencia.com

ENERO 2024



[www.esic.edu/master](http://www.esic.edu/master)