

Plan de estudios

Máster en Marketing digital y comercio electrónico

1. Introducción a los entornos digitales

Este módulo establece las bases del marketing digital, explorando la transformación digital y su impacto en las empresas y consumidores. Los estudiantes aprenderán a diseñar estrategias en entornos dinámicos, comprenderán modelos de negocio digitales innovadores y manejarán herramientas clave para medir y optimizar resultados. Se introducen tecnologías como la IA y Big Data, esenciales para la personalización y automatización en marketing digital.

- ✓ La revolución digital
- ✓ Introducción a la estrategia y planificación en marketing digital
- ✓ Fundamentos de la estrategia de marketing digital
- ✓ Innovación en modelos de negocio digital y monetización
- ✓ Experiencia omnicanal y Custome Experience
- ✓ Stack tecnológico para marketing digital
- ✓ Métricas, KPIs y evaluación de resultados
- ✓ IA y Big Data: Motores de la personalización en marketing
- ✓ Analítica web y optimización basada en datos

3. Publicidad digital & Outbound Marketing

Este módulo está enfocado en la planificación y ejecución de campañas de publicidad digital. Los estudiantes desarrollarán habilidades en el uso de Paid Media, comprenderán las diferencias entre los tipos de medios y aprenderán a utilizar herramientas de analítica avanzada como Google Analytics 4. Se abordarán estrategias efectivas para alcanzar los objetivos comerciales en plataformas publicitarias y optimización en tiempo real.

- ✓ Introducción al Paid Media
- ✓ Plataformas avanzadas de publicidad digital
- ✓ Tipos de Paid Media
- ✓ Analítica avanzada con Google Analytics 4
- ✓ Stack tecnológico para campañas digitales

2. Investigación & Inbound Marketing

En este módulo, los estudiantes profundizarán en estrategias de Inbound Marketing, aprendiendo a atraer, convertir, cerrar y fidelizar clientes. Se abordan cada una de las fases del embudo de conversión con un enfoque en la experiencia del usuario y generación de valor. Además, se exploran metodologías avanzadas como ABM (Account-Based Marketing), RevOps (Revenue Operations) y marketing predictivo para maximizar la conversión y lealtad.

- ✓ Introducción al Inbound marketing
- ✓ Fase de atracción
- ✓ Fase de conversión
- ✓ Fase de cierre
- ✓ Fase de fidelización
- ✓ Analítica y herramientas en el Inbound Marketing
- ✓ Integración avanzada: ABM, RevOps y marketing predictivo

4. E-commerce

Este módulo prepara a los estudiantes para gestionar proyectos de comercio electrónico, desde la estrategia hasta la implementación. Se cubren aspectos clave como la experiencia de usuario (UX), optimización del proceso de compra, logística digital y estrategias de fidelización mediante programas de membresía. También se exploran ecosistemas de afiliación y colaboraciones estratégicas para potenciar la visibilidad y escalabilidad del negocio online.

- ✓ Estrategia y modelos de negocio en E-commerce
- ✓ Diseño UX y Personalización en E-commerce
- ✓ Analítica y métricas de rendimiento en E-commerce
- ✓ Logística y automatización de la cadena de suministro
- ✓ Fidelización y programas de membresía
- ✓ Ecosistemas de afiliación y partnerships digitales

5. Social media y planificación

En este módulo, los estudiantes aprenderán a diseñar y ejecutar estrategias de redes sociales, optimizando la relación entre las marcas y sus audiencias. Se abordan desde la planificación estratégica hasta la gestión de crisis y medición de resultados. Además, se exploran herramientas tecnológicas y el uso de IA para automatizar procesos y personalizar interacciones, consolidando una presencia digital sólida.

- ✓ Estrategia en redes sociales: Social Media Plan
- ✓ Plan de acciones
- ✓ Community Management
- ✓ Content Intelligence y planificación editorial
- ✓ Gestión de crisis y reputación online
- ✓ Monitorización, medición y reporting
- ✓ Social CRM Inteligente y personalización automatizada

Herramientas del máster

- Análisis y Monitorización de Datos
- Herramientas SEO y Publicidad
- Planificación y Gestión de Contenidos
- Diseño y diagramación
- Creación, Personalización y Automatización
- Herramientas de Innovación y Asistentes de IA

Habilidades Directivas

Para responder a la actual demanda de las empresas de perfiles directivos, EAE Business School ha desarrollado este módulo con contenidos y ejercicios para cada una de las habilidades clave. Se deben superar los siguientes 4 bloques:

01. Liderazgo y Dirección
Descubrirás herramientas para gestionar personas, impulsar el cambio y tomar decisiones estratégicas.

02. Desarrollo del talento
Impulsarás el talento propio y ajeno.

03. Comunicación y relaciones interpersonales
Aprenderás a gestionar emociones, dar feedback efectivo y hablar en público con confianza.

04. Habilidades personales
Aprende a gestionar el tiempo, fortalecer la resiliencia y liderar con empatía a través de la inteligencia emocional.

6. Innovación en Marketing

Este módulo final aborda las tendencias más avanzadas del marketing digital. Desde la creatividad e innovación estratégica hasta la aplicación de tecnologías como IA y Machine Learning, los estudiantes aprenderán a diseñar modelos de negocio innovadores, optimizar procesos, y explorar nuevas formas de conectar con los consumidores. Se destacan estrategias de mobile marketing y marketing experiencial para crear experiencias memorables e impactar en la toma de decisiones de marketing.

- ✓ Creatividad e innovación estratégica
- ✓ Lean Startup y validación ágil de modelos digitales
- ✓ IA y Machine Learning: revolución en la toma de decisiones de marketing
- ✓ Comunicación y marketing interno
- ✓ Estrategias avanzadas de mobile marketing y monetización
- ✓ Marketing experiencial y marketing 3.0

Trabajo Final de Máster - TFM

El TFM es la culminación del proceso de aprendizaje y puesta en práctica de los contenidos del máster. El alumno podrá convertir en experiencia los conocimientos adquiridos además de desarrollar sus propias habilidades de análisis. Representa por tanto la consolidación e integración de los diferentes módulos y su transferencia en un supuesto real o ficticio.

- Demostrar la integración de los conocimientos y contenidos adquiridos en los diferentes módulos del programa.

- Demostrar la trasferencia de conocimientos y competencias a la realidad empresarial a partir de la aplicación, ya sea en la propia empresa o a través de una propuesta original.

- Desarrollar la capacidad de organización y gestión de proyectos.

- Sintetizar las ideas principales que definen el proyecto.

- Redactar de forma coherente relacionando todas las ideas del proyecto.