

Máster Oficial Universitario Marketing Digital



tech universidad
tecnológica

Máster Oficial Universitario Marketing Digital

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **12 meses**

Créditos: **60 ECTS**

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master-universitario/master-universitario-marketing-digital

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Convalidación
de asignaturas

pág. 24

05

Objetivos docentes

pág. 30

06

Salidas profesionales

pág. 36

07

Idiomas gratuitos

pág. 40

08

Metodología de estudio

pág. 44

09

Cuadro docente

pág. 54

10

Titulación

pág. 60

11

Homologación del título

pág. 64

12

Requisitos de acceso

pág. 68

13

Proceso de admisión

pág. 72

01

Presentación del programa

La analítica digital ha revolucionado el Marketing, proporcionando a los profesionales del sector herramientas avanzadas para medir y optimizar el rendimiento de sus campañas. Con la capacidad de recolectar y analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real, las empresas pueden tomar decisiones basadas en evidencia y ajustar sus estrategias para maximizar el retorno sobre la inversión. Por eso, es fundamental que los expertos dominen estos instrumentos para experimentar una mejora significativa en la efectividad de sus iniciativas. No obstante, los constantes avances tecnológicos dificultan a los especialistas esta labor. Ante esto, TECH lanza una revolucionaria titulación universitaria centrada en los métodos más innovadores en el campo del Marketing Digital. Asimismo, se basa en una flexible modalidad 100% online.

Este es el momento, te estábamos esperando

“

Gracias a este Máster Oficial Universitario basado en el Relearning, crearás contenidos que reflejen los valores de la empresa y captarás el interés de los consumidores”

La personalización ha emergido como una estrategia esencial en el Marketing Digital, debido a que puede mejorar significativamente la experiencia de los clientes y aumentar las tasas de conversión. Un reciente informe revela que las empresas que implementan estos métodos experimentan un 20% más de ingresos en comparación con aquellas que no lo hacen. Además, el 75% de los consumidores prefieren recibir ofertas y mensajes individualizados basados en sus comportamientos y preferencias. Frente a esta realidad, los profesionales requieren adaptar las ofertas de las empresas a las necesidades individuales de los clientes, para así impulsar su lealtad.

En este contexto, TECH presenta un vanguardista Máster Oficial Universitario en Marketing Digital. El itinerario académico profundizará en los nuevos comportamientos de los consumidores y en las técnicas cuantitativas de investigación de mercados, lo que permitirá al alumnado crear campañas más efectivas que se alineen con los intereses de los individuos. Asimismo, el temario ahondará con exhaustividad en el Análisis de Datos para posibilitar que los egresados detecten patrones y tendencias emergentes para aprovechar nuevas oportunidades. En relación con esto, la titulación analizará la gestión de la comunicación digital, facilitando que los expertos interactúen con los clientes a fin de fomentar su lealtad y mejorar su satisfacción.

Por otro lado, en cuanto a la metodología de este programa, conviene matizar que refuerza su carácter innovador. Y es que TECH pone a disposición de los profesionales un entorno educativo 100% online, adaptándose así a las necesidades de los expertos ocupados que quieren avanzar en sus carreras. De igual modo, TECH emplea el sistema de enseñanza *Relearning*, basado en la repetición de conceptos clave para fijar conocimientos y facilitar el aprendizaje. De esta manera, la combinación de flexibilidad y un enfoque pedagógico robusto, lo hace altamente accesible.



“

La importancia actual del Marketing Digital convierte a esta titulación universitaria en una apuesta segura, con un mercado en continuo crecimiento y lleno de posibilidades”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Está reconocida oficialmente en diversos países como:

- ♦ TECH Universidad (México)
- ♦ TECH Universidad FUNDEPOS (Costa Rica)
- ♦ TECH Universidad ULAC (Venezuela)
- ♦ TECH Global University (Andorra)

Te damos +

“

*Estudia en la mayor universidad digital
del mundo y asegura tu éxito profesional.
El futuro empieza en TECH”*

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional

La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículum de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

La web de valoraciones Trustpilot ha posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo por sus alumnos. Este portal de reseñas, el más fiable y prestigioso porque verifica y valida la autenticidad de cada opinión publicada, ha concedido a TECH su calificación más alta, 4,9 sobre 5, atendiendo a más de 1000 reseñas recibidas. Unas cifras que sitúan a TECH como la referencia universitaria absoluta a nivel internacional.



03

Plan de estudios

El contenido didáctico de esta titulación universitaria ha sido elaborado por un equipo de profesionales altamente especializados en Marketing Digital. Gracias a ellos, la titulación universitaria profundizará en las técnicas más innovadoras de *Branding* y desarrollo del producto. De este modo, los egresados crearán identidades de marca sólidas a la par que reconocibles. Asimismo, el temario ahondará en las particularidades del comercio electrónico internacional, lo que permitirá a los alumnos adaptar sus estrategias a diferentes mercados y mejorar la experiencia de los usuarios.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*





“

Al tratarse de un programa online, podrás compaginar tus estudios con el resto de tus actividades diarias”

Además del exhaustivo material académico, el alumnado tiene la oportunidad de analizar diferentes casos prácticos, mediante escenarios simulados. Todo ello con el acompañamiento de herramientas multimedia como vídeos *in focus*, clases magistrales, resúmenes interactivos, infografías y otros. Asimismo, dispondrán de la mayor flexibilidad para acceder al material didáctico, sin horarios herméticos, ni evaluaciones continuas.



Un programa versátil, innovador y completo para convertirte en un referente del Marketing Digital y los negocios”

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Este Máster Oficial Universitario se ofrece 100% online, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su *smartphone*. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.

El programa durará 12 meses e incluye el desarrollo de un Trabajo Final de Máster.

Asignatura	Curso	Tipología	ECTS
<i>Digital marketing strategy</i>	1º	FO	6
<i>Inbound marketing y marketing en buscadores. Search engine optimization (SEO)</i>	1º	FO	6
<i>Performance Marketing</i>	1º	FO	6
<i>Search Engine Marketing (SEM)</i>	1º	FO	6
Optimización de la conversión	1º	FO	6
<i>Social media and community management</i>	1º	FO	6
Plataformas de comercio electrónico, marketing digital y e-commerce	1º	FO	6
Análisis para mercadotecnia	1º	FO	6
<i>Mobile e-commerce</i>	1º	FO	6
Trabajo Final de Máster	1º	TFM	6

FO=Formación Obligatoria; TFM=Trabajo Final de Máster



Trabajo Final de Máster

El TFM tendrá un enfoque teórico y/o práctico y su finalidad primordial será acreditar los conocimientos adquiridos a través de este programa universitario. Este ejercicio deberá estar orientado a propuestas innovadoras vinculadas a cuestiones de actualidad y relacionados a los contenidos abordados en la titulación. Además, todos los TFM serán realizados bajo la supervisión de un tutor académico, encargado de asesorar y planificar las diferentes etapas de desarrollo de este proyecto investigativo.

“

Ampliarás tus habilidades metodológicas e investigativas a través del desarrollo de un exhaustivo Trabajo Final de Máster”

Los contenidos académicos de este programa abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1. *Digital marketing strategy*

- 1.1. Managing digital business
 - 1.1.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
 - 1.1.2. Diseño y creación de un plan de marketing digital
 - 1.1.3. Planificación y contratación de medios digitales
 - 1.1.4. Análisis del ROI en un plan de marketing digital
- 1.2. Marketing digital para reforzar la marca
 - 1.2.1. Branded Content & Storytelling
 - 1.2.2. Hipersegmentación
 - 1.2.3. Videomarketing
 - 1.2.4. *Social sales*
- 1.3. Definir la estrategia del marketing digital
 - 1.3.1. Closed Loop Marketing
 - 1.3.2. Continuous Loop Marketing
 - 1.3.3. Multichannel Marketing
- 1.4. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
 - 1.4.1. Hipersegmentación y Microlocalización
 - 1.4.2. Estrategias de fidelización y vinculación a través de internet
 - 1.4.3. Visitor Relationship Management
- 1.5. Tendencias en el marketing digital
 - 1.5.1. Remarketing
 - 1.5.2. Digital Neuromarketing
 - 1.5.3. Avatar marketing
 - 1.5.4. Bluecasting
- 1.6. Gestión de campañas digitales
 - 1.6.1. Display advertising y rich media
 - 1.6.2. Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización
 - 1.6.3. Publicidad en Televisión Digital

- 1.7. Plan de marketing online
 - 1.7.1. Investigación online
 - 1.7.2. Creación del plan de marketing online
 - 1.7.3. Configuración y activación
 - 1.7.4. Lanzamiento y gestión
- 1.8. *Blended marketing*
 - 1.8.1. Integrando acciones on y off
 - 1.8.2. Personalizar y segmentar
 - 1.8.3. Mejorar la experiencia de usuario

Asignatura 2. *Inbound Marketing* y Marketing en buscadores. *Search engine optimization (SEO)*

- 2.1. Definición del inbound marketing
 - 2.1.1. Inbound marketing efectivo
 - 2.1.2. Beneficios del inbound marketing
 - 2.1.3. Medir el éxito de inbound marketing
- 2.2. Investigación del target
 - 2.2.1. Consumer Intent Modelling & Buyer Personas
 - 2.2.2. Customer Journey Mapping
 - 2.2.3. Content strategy
- 2.3. Optimización de contenidos
 - 2.3.1. Optimización de contenidos para buscadores
 - 2.3.2. Reciclado y mejora de contenidos
- 2.4. Generación de contenidos
 - 2.4.1. User & Brand Generated Content
 - 2.4.2. Oportunidad Blogging
 - 2.4.3. Video y otros formatos

- 2.5. Dinamización de contenidos
 - 2.5.1. Influencers
 - 2.5.2. Blogger outreach
 - 2.5.3. Paid content seeding
- 2.6. Conversión
 - 2.6.1. Lead capturing & CRO
 - 2.6.2. Lead nurturing & Marketing automation
- 2.7. Funcionamiento de los buscadores
 - 2.7.1. Indicadores e índices
 - 2.7.2. Algoritmos
 - 2.7.3. SEO y branding corporativo
- 2.8. Variables fundamentales SEO
 - 2.8.1. Indexabilidad
 - 2.8.2. Contenido
 - 2.8.3. Popularidad
- 2.9. Análisis SEO
 - 2.9.1. Determinación de las KPI
 - 2.9.2. Generación de scripts y alertas
 - 2.9.3. Optimización de imágenes, vídeos y otros elementos
- 2.10. Linkbuilding
 - 2.10.1. Formas de hacer linkbuilding efectivo
 - 2.10.2. Link baiting
 - 2.10.3. Auditorías de enlaces
 - 2.10.4. Penalizaciones
- 2.11. App store optimization
 - 2.11.1. App Indexing
 - 2.11.2. Visibilidad de apps en los buscadores
 - 2.11.3. Medición de la visibilidad de apps buscadores

- 2.12. SEO técnico
 - 2.12.1. Web Performance Optimization
 - 2.12.2. Real Time y contenido
 - 2.12.3. Etiquetado y headers relevantes
 - 2.12.4. Técnicas avanzadas de WPO
- 2.13. SEO y e-Commerce
 - 2.13.1. Conversion Rate Optimization
 - 2.13.2. Google Search Console
 - 2.13.3. Social Proof y viralización
 - 2.13.4. Navegación e indexabilidad
- 2.14. Integración en el plan de marketing online
 - 2.14.1. Métricas e impacto
 - 2.14.2. Web analytics
 - 2.14.3. Otras herramientas de monitorización

Asignatura 3. Performance marketing

- 3.1. Permission marketing
 - 3.1.1. Cómo obtener el permiso del usuario
 - 3.1.2. Personalización del mensaje
 - 3.1.3. Confirmación de correo o Doble Opt-in
- 3.2. Estrategia y técnicas de performance
 - 3.2.1. Performance Marketing: resultados
 - 3.2.2. Mix de medios en digital
 - 3.2.3. La importancia del funnel
- 3.3. Marketing programático y RTB
 - 3.3.1. RTB: planificación y compra en tiempo real
 - 3.3.2. Ecosistema de la compra programática
 - 3.3.3. Cómo integrar el RTB en el mix de medios
 - 3.3.4. Claves del RTB en los diferentes dispositivos

- 3.4. Desarrollo de campañas de afiliación
 - 3.4.1. Agencias y programas de afiliación
 - 3.4.2. Postview
 - 3.4.3. Diseño de programas de afiliación
- 3.5. Lanzamiento de un programa de afiliados
 - 3.5.1. Redes de afiliación y afiliación directa
 - 3.5.2. Seguimiento y análisis de resultado
 - 3.5.3. Control del fraude
- 3.6. Desarrollo de campañas de emailing
 - 3.6.1. Diseño de campañas de E-mail marketing
 - 3.6.2. E-mail marketing
 - 3.6.3. Listas de suscriptores, leads y clientes
- 3.7. Herramientas y recursos en email marketing
 - 3.7.1. Acumbamail
 - 3.7.2. Mailchimp
 - 3.7.3. Plantillas
 - 3.7.4. Inbox Inspection
- 3.8. Redacción online para campañas de email marketing
 - 3.8.1. Cómo crear buenos titulares
 - 3.8.2. Redactar contenidos para newsletters
 - 3.8.3. Las llamadas a la acción en las newsletters
- 3.9. Display y optimización de campañas
 - 3.9.1. Publicidad, comunicación persuasiva
 - 3.9.2. Behavioral Targeting, Re-Targeting, Re-Messaging
 - 3.9.3. La afiliación
 - 3.9.4. Preparación de campañas
- 3.10. Métricas en email marketing
 - 3.10.1. Métricas de listas
 - 3.10.2. Métricas de envíos de newsletter
 - 3.10.3. Métricas de conversión

Asignatura 4. Search Engine Marketing (SEM)

- 4.1. Keyword hunting para SEM
 - 4.1.1. Adwords Keyword Tool
 - 4.1.2. Google Suggest
 - 4.1.3. Insights for Search
 - 4.1.4. GoogleTrends
- 4.2. SEM y Google Ads
 - 4.2.1. Google Shopping
 - 4.2.2. Google Display Network
 - 4.2.3. Google Ads Mobile
 - 4.2.4. Publicidad en YouTube
- 4.3. Google products
 - 4.3.1. Google Products integrado en Adwords
 - 4.3.2. Product Extensions vs Product Ads
 - 4.3.3. Google Shopping y Local
 - 4.3.4. Google Merchant
- 4.4. Pay Per Clic y SEM
 - 4.4.1. Search y Display
 - 4.4.2. Creación Campañas PPC
 - 4.4.3. Tracking de Conversiones
- 4.5. Facebook ads
 - 4.5.1. Anuncios de PPC/PPF (Pay Per Fan)
 - 4.5.2. Facebook Ads creación
 - 4.5.3. Facebook Power Editor
 - 4.5.4. Optimización de campañas
- 4.6. Otras plataformas PPC
 - 4.6.1. Twitter Ads
 - 4.6.2. LinkedIn
 - 4.6.3. Baldu
 - 4.6.4. Yandex

- 4.7. Estrategia en SEM
 - 4.7.1. Quality score
 - 4.7.2. Pujas CPC
 - 4.7.3. Site link
- 4.8. Medición en SEM
 - 4.8.1. KPI's
 - 4.8.2. Impresiones, clicks, conversiones
 - 4.8.3. Revenue, ROI, CPA

Asignatura 5. Optimización de la conversión

- 5.1. Introducción a conversion rate optimization
 - 5.3.1. Ciclo de compra y elementos de la conducta online
 - 5.3.2. Fundamentos de Neuromarketing
 - 5.3.3. Usabilidad vs persuasión
- 5.2. Metodología de CRO
 - 5.2.1. Método científico
 - 5.2.2. Pirámide de conversión
 - 5.2.3. El Proceso de CRO
- 5.3. Analítica web y CRO
 - 5.3.1. Analítica cualitativa
 - 5.3.2. Análisis de comportamientos
 - 5.3.3. Objetivos de negocio y de usuario
- 5.4. User experience y conversion rate optimization
 - 5.4.1. Lean y experiencia de usuario
 - 5.4.2. Wireframing
 - 5.4.3. Copy persuasivo
- 5.5. Psicología y CRO
 - 5.5.1. Neuromarketing
 - 5.5.2. Diseño web y neuromarketing
 - 5.5.3. Aprendizaje, memoria y emociones
- 5.6. Economía conductual
 - 5.6.1. Factores de decisión
 - 5.6.2. Motivación y anclaje
 - 5.6.3. El papel del inconsciente

- 5.7. Experimentación en CRO
 - 5.7.1. A/B vs Multivariados
 - 5.7.2. Herramientas de testing
 - 5.7.3. Implementación y ejecución
- 5.8. CRO en e-Commerce
 - 5.8.1. e-Commerce y CRO
 - 5.8.2. El Embudo del e-Commerce
 - 5.8.3. Procesos a optimizar

Asignatura 6. Social Media and Community Management

- 6.1. Web 2.0 o web social
 - 6.1.1. La organización en la era de la conversación
 - 6.1.2. La web 2.0 son las personas
 - 6.1.3. Nuevos entornos, nuevos contenidos
- 6.2. Comunicación y reputación digital
 - 6.2.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online
 - 6.2.2. Informe de reputación online
 - 6.2.3. netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales
 - 6.2.4. Branding y networking 2.0
- 6.3. Plataformas generalistas, profesionales y microblogging
 - 6.3.1. Facebook
 - 6.3.2. LinkedIn
 - 6.3.4. Twitter
- 6.4. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad
 - 6.4.1. Youtube
 - 6.4.2. Instagram
 - 6.4.3. Flickr
 - 6.4.4. Vimeo
 - 6.4.5. Pinterest
- 6.5. Blogging corporativo
 - 6.5.1. Cómo crear un blog
 - 6.5.2. Estrategia de marketing de contenidos
 - 6.5.3. Cómo crear un plan de contenidos para tu blog
 - 6.5.4. Estrategia de curación de contenidos

- 6.6. Estrategias en social media
 - 6.6.1. El plan de comunicación corporativa 2.0
 - 6.6.2. Las relaciones públicas corporativas y el social media
 - 6.6.3. Análisis y evaluación de resultados
- 6.7. Community management
 - 6.7.1. Funciones, tareas y responsabilidades del Community Manager
 - 6.7.2. Social Media Manager
 - 6.7.3. Social Media Strategist
- 6.8. Social media plan
 - 6.8.1. Diseño de un plan de social media
 - 6.8.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
 - 6.8.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis

Asignatura 7. Plataformas de comercio electrónico, *Marketing Digital* y *e-commerce*

- 7.1. Diseño UX
 - 7.1.1. Arquitectura de información
 - 7.1.2. SEO y Analítica para UX
 - 7.1.3. Landing pages
- 7.2. Términos técnicos del diseño UX
 - 7.2.1. Wireframe y componentes
 - 7.2.2. Patrón de interacción y flujo de navegación
 - 7.2.3. Perfil de usuario
 - 7.2.4. Proceso y embudo de proceso
- 7.3. Investigación
 - 7.3.1. Investigación en proyectos de diseño de interfaz
 - 7.3.2. Enfoque cualitativo y cuantitativo
 - 7.3.3. Comunicar los resultados de la investigación
- 7.4. Digital design
 - 7.4.1. Prototipo digital
 - 7.4.2. Axure y Responsive
 - 7.4.3. Diseño de interacción y diseño visual



- 7.5. User experience
 - 7.5.1. Metodología de diseño centrado en el usuario
 - 7.5.2. Técnicas de investigación de usuario
 - 7.5.3. Implicar al cliente en el proceso
 - 7.5.4. Shopping experience management
- 7.6. Diseñando la estrategia de experiencia de usuario
 - 7.6.1. Árboles de contenido
 - 7.6.2. Wireframes de alta fidelidad
 - 7.6.3. Mapas de componentes
 - 7.6.4. Guías de usabilidad
- 7.7. Evaluación de la usabilidad
 - 7.7.1. Técnicas de evaluación de la usabilidad
 - 7.7.2. Visualización de datos
 - 7.7.3. Presentación de datos
- 7.8. Customer value & customer experience management
 - 7.8.1. Uso de narrativas y storytelling
 - 7.8.2. El Co-Marketing como estrategia
 - 7.8.3. Gestión del Content Marketing
 - 7.8.4. El retorno de la inversión de la gestión de las experiencias del cliente
- 7.9. Digital e-Commerce management
 - 7.9.1. Nuevos modelos de negocio e-commerce
 - 7.9.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
 - 7.9.3. Estructura tecnológica en e-commerce
- 7.10. Operaciones y logística en el comercio electrónico e-commerce
 - 7.10.1. Cómo gestionar el fulfillment
 - 7.10.2. Gestión digital del punto de venta
 - 7.10.3. Contact center management
 - 7.10.4. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos
- 7.11. Implementando técnicas de e-Commerce
 - 7.11.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico
 - 7.11.2. Estrategia multichannel
 - 7.11.3. Personalización de Dashboards

- 7.12. Digital pricing
 - 7.12.1. Medios y pasarelas de pago online
 - 7.12.2. Promociones electrónicas
 - 7.12.3. Temporización digital de precios
 - 7.12.4. e-Auctions
- 7.13. Del e-Commerce al m-Commerce y s-Commerce
 - 7.13.1. Modelos de negocio de los e-marketplaces
 - 7.13.2. s-Commerce y experiencia de marca
 - 7.13.3. Compra a través de dispositivos móviles
- 7.14. Customer intelligence: del e-CRM al s-CRM
 - 7.14.1. Integración del consumidor en la cadena de valor
 - 7.14.2. Técnicas de investigación y fidelización online
 - 7.14.3. Planificación de una estrategia de gestión de la relación con el cliente
- 7.15. Trade marketing digital
 - 7.15.1. Cross merchandising
 - 7.15.2. Diseño y Gestión de Campañas en Facebook Ads
 - 7.15.3. Diseño y Gestión de Campañas en Google Ads
- 7.16. Marketing online para e-Commerce
 - 7.16.1. Inbound Marketing
 - 7.16.2. Display y Compra Programática
 - 7.16.3. Plan de Comunicación

Asignatura 8. Análisis para mercadotecnia

- 8.1. Análisis web
 - 8.1.1. Fundamentos de la analítica web
 - 8.1.2. Medios clásicos vs medios digitales
 - 8.1.3. Metodología de base del analista web
- 8.2. Google analytics
 - 8.2.1. Configuración de una cuenta
 - 8.2.2. Tracking API Javascript
 - 8.2.3. Informes y segmentos personalizados

- 8.3. Análisis cualitativo
 - 8.3.1. Técnicas de investigación aplicadas en analítica web
 - 8.3.2. Customer journey
 - 8.3.3. Purchase funnel
- 8.4. Métricas digitales
 - 8.4.1. Métricas básicas
 - 8.4.2. Ratios
 - 8.4.3. Establecimiento de objetivos y KPIs
- 8.5. Captación y marketing analytics
 - 8.5.1. ROI
 - 8.5.2. ROAS
 - 8.5.3. CLV
- 8.6. Áreas de análisis de una estrategia
 - 8.6.1. Captación de tráfico
 - 8.6.2. Activación
 - 8.6.3. Conversión
 - 8.6.4. Fidelización
- 8.7. Data Science & Big Data
 - 8.7.1. Business Intelligence
 - 8.7.2. Metodología y análisis de grandes volúmenes de datos
 - 8.7.3. Extracción, tratamiento y carga de datos
- 8.8. Application programming interface (API)
 - 8.8.1. APIs y Google Analytics
 - 8.8.2. Query Explorer
 - 8.8.3. Supermetrics Functions
- 8.9. Visualización de datos
 - 8.9.1. Visualización e interpretación de dashboards
 - 8.9.2. Transformación del dato en valor
 - 8.9.3. Integración de fuentes
 - 8.9.4. Presentación de informes
- 8.10. Herramientas de analítica web
 - 8.10.1. Base tecnológica de una herramienta de AW
 - 8.10.2. Logs y Tags
 - 8.10.3. Etiquetado básico y adhoc

Asignatura 9. Mobile e-Commerce

- 9.1. Mobile marketing
 - 9.1.1. Nuevos hábitos de consumo y movilidad
 - 9.1.2. Modelo SoLoMo
 - 9.1.3. Las 4 Ps del Marketing Mix en movilidad
- 9.2. Tecnología móvil
 - 9.2.1. Operadores móviles
 - 9.2.2. Dispositivos móviles y sistemas operativos
 - 9.2.3. Aplicaciones móviles y webapps
 - 9.2.4. Sensores e integración con el mundo físico
- 9.3. Tendencias en mobile marketing
 - 9.3.1. Mobile publishing
 - 9.3.2. Advergaming y Gammification
 - 9.3.3. Geolocalización Mobile
 - 9.3.4. Realidad aumentada
- 9.4. Comportamiento de los usuarios móviles
 - 9.4.1. Nuevos hábitos de búsqueda en los dispositivos móviles
 - 9.4.2. Multi-Screen
 - 9.4.3. El móvil como motor de compra
 - 9.4.4. ASO, captación y fidelización de usuarios mobile
- 9.5. Interfaz de usuario y experiencia de compra
 - 9.5.1. Reglas y plataformas de m-Commerce
 - 9.5.2. Omnichannel
 - 9.5.3. Mobile & Proximity Marketing
 - 9.5.4. Gap entre consumidor y anunciante
 - 9.5.5. Gestores de contenido en mobile commerce
- 9.6. Apps y compras
 - 9.6.1. Diseñando Apps Mobile commerce
 - 9.6.2. Apps store
 - 9.6.3. App marketing para fidelización de clientes
 - 9.6.4. App marketing para comercio electrónico

- 9.7. Pagos móviles
 - 9.7.1. Cadena de valor y modelos de negocio de los métodos de pagos móviles
 - 9.7.2. Claves para mejorar la UX en el pago móvil
 - 9.7.3. Estrategias de posicionamiento en el mercado de los pagos móviles
 - 9.7.4. Gestión del fraude
- 9.8. Analítica móvil
 - 9.8.1. Metodologías de medición y análisis móvil
 - 9.8.2. Métricas en Mobile: principales KPIs
 - 9.8.3. Análisis de rentabilidad
 - 9.8.4. Mobile analytics
- 9.9. Mobile commerce
 - 9.9.1. Servicios
 - 9.9.2. Aplicaciones
 - 9.9.3. Mobile social shopping
- 9.10. Mobile social media applications
 - 9.10.1. Integración del móvil en Redes Sociales
 - 9.10.2. Movilidad, relación, ubicuidad y publicidad
 - 9.10.3. Facebook Places
 - 9.10.4. Geolocalización, directorios móviles, recomendaciones on-line y compra

Asignatura 10. Trabajo Final de Máster

Los resúmenes interactivos de cada tema te permitirán consolidar de manera más dinámica los conceptos sobre los nuevos comportamientos de los consumidores”

04

Convalidación de asignaturas

Si el estudiante ha cursado otro Máster Oficial Universitario de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no se tituló, TECH le facilitará un análisis de convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas materias que el estudiante haya superado. El sistema es muy sencillo. TECH ha creado una Comisión Académica que valorará cada solicitud y facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas reconocidas en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas.



“

Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Máster Oficial Universitario.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Máster Oficial Universitario en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Máster Oficial Universitario.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:



Matricúlate en el Máster Oficial Universitario y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita”



¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Grado Oficial tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Máster Oficial Universitario o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de este Máster Oficial Universitario de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtitute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en el Máster Oficial Universitario, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La opinión técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.



¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Secretaría Académica consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso





Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

Por medio de este programa universitario, los profesionales gestionarán y optimizarán estrategias de Marketing Digital en un entorno en constante evolución. Al mismo tiempo, los egresados adquirirán habilidades avanzadas para mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánica. En sintonía con esto, los expertos ejecutarán técnicas efectivas en plataformas de redes sociales para mejorar la presencia de la marca y conectar con la audiencia. Al respecto, los alumnos crearán experiencias digitales que optimicen la interacción de los usuarios y aumenten las tasas de conversión.

*Living
SUCCESS*





Manejarás herramientas de analítica digital para medir el rendimiento de las campañas y tomar decisiones basadas en datos”



Objetivos generales

- Estructurar un modelo de negocio en torno al comercio electrónico
- Comprender las estrategias de marketing que debe llevar a cabo una empresa para manejarse en un entorno competitivo
- Descubrir las nuevas herramientas digitales para adquirir clientes y reforzar su marca

“

Implementarás Publicidad en los Motores de Búsqueda para garantizar que el sitio web de las empresas aparezcan en las primeras posiciones en los buscadores”





Objetivos específicos

Asignatura 1. Digital marketing strategy

- ♦ Gestionar estrategias competitivas adaptadas a la creciente digitalización de los medios para maximizar el impacto en el mercado
- ♦ Diseñar un plan de marketing digital integral que contemple todas las fases desde la planificación hasta la evaluación de resultados
- ♦ Analizar el retorno de inversión (ROI) en campañas de marketing digital para ajustar y optimizar las estrategias en función del rendimiento
- ♦ Implementar técnicas avanzadas de *branded content* y *storytelling* para reforzar la identidad de marca y conectar emocionalmente con el público objetivo

Asignatura 2. Inbound Marketing y Marketing en buscadores. Search engine optimization (SEO)

- ♦ Desarrollar una estrategia efectiva de inbound marketing para atraer y convertir leads a través de contenido relevante y valioso
- ♦ Optimizar contenidos web para buscadores aplicando técnicas de SEO que mejoren la visibilidad y el posicionamiento en los resultados de búsqueda
- ♦ Generar contenido atractivo y de alta calidad para blogs, redes sociales y otros formatos que refuercen la presencia de marca y fomenten la interacción con los usuarios
- ♦ Medir el éxito de las estrategias de inbound marketing mediante herramientas analíticas para ajustar tácticas y mejorar la conversión

Asignatura 3. Performance marketing

- ♦ Implementar estrategias de performance marketing utilizando técnicas de personalización y segmentación para mejorar los resultados de las campañas
- ♦ Lanzar campañas de afiliación efectivas gestionando redes de afiliados y asegurando un seguimiento y análisis adecuado para maximizar el retorno
- ♦ Desarrollar campañas de *emailing* con enfoque en la creación de contenido persuasivo y el diseño de titulares impactantes para aumentar la tasa de apertura y conversión
- ♦ Optimizar campañas publicitarias mediante técnicas de *behavioral targeting*, *re-targeting* y *re-messaging* para mejorar el rendimiento y alcanzar los objetivos de marketing

Asignatura 4. Search Engine Marketing (SEM)

- ♦ Realizar una investigación exhaustiva de palabras clave utilizando herramientas como Adwords Keyword Tool y Google Trends para optimizar las campañas SEM
- ♦ Crear y gestionar campañas publicitarias en Google Ads y otras plataformas de PPC, ajustando estrategias según el rendimiento y los objetivos de negocio
- ♦ Optimizar el rendimiento de campañas en Facebook Ads mediante el uso de Facebook Power Editor y análisis de datos para mejorar la eficacia y el retorno de inversión
- ♦ Medir los resultados de las campañas SEM utilizando KPI específicos como impresiones, clics, conversiones, revenue, ROI y CPA para ajustar las estrategias

Asignatura 5. Optimización de la conversión

- ♦ Aplicar metodologías de optimización de la tasa de conversión (CRO) utilizando técnicas de análisis cualitativo y cuantitativo para mejorar la eficacia del sitio web
- ♦ Realizar experimentos A/B y multivariados para identificar las mejores prácticas y optimizar la experiencia de usuario en función de los resultados obtenidos
- ♦ Implementar técnicas avanzadas de neuromarketing y diseño web persuasivo para influir en el comportamiento del usuario y aumentar la tasa de conversión
- ♦ Evaluar y ajustar continuamente los elementos de la web y las estrategias de CRO para mejorar la usabilidad y la experiencia de compra en *e-Commerce*

Asignatura 6. Social Media and Community Management

- ♦ Gestionar la reputación digital de la empresa implementando estrategias de comunicación y gestión de crisis para proteger la imagen de marca en redes sociales
- ♦ Crear un plan de social media detallado que defina la estrategia para cada plataforma y establezca protocolos para manejar situaciones de crisis
- ♦ Desarrollar estrategias de *blogging* corporativo y marketing de contenidos para fomentar la interacción y el compromiso con la audiencia en diferentes plataformas
- ♦ Supervisar las actividades del *community manager* y otros roles en la gestión de redes sociales para asegurar una comunicación efectiva y coherente con la comunidad

Asignatura 7. Plataformas de comercio electrónico, Marketing Digital y e-commerce

- ♦ Diseñar una experiencia de usuario (UX) efectiva para plataformas de e-Commerce, utilizando técnicas de arquitectura de información y creación de *landing pages*
- ♦ Investigar las mejores prácticas y tendencias en diseño de interfaces para e-Commerce, asegurando una integración óptima con los objetivos de negocio
- ♦ Implementar estrategias de marketing digital específicas para e-Commerce, incluyendo inbound marketing y publicidad programática, para mejorar el rendimiento de las ventas
- ♦ Optimizar la gestión de operaciones y logística en el comercio electrónico para asegurar una experiencia de compra fluida y satisfactoria para los clientes

Asignatura 8. Análisis para mercadotecnia

- ♦ Configurar y utilizar Google Analytics para monitorizar el rendimiento del sitio web y obtener informes detallados sobre el comportamiento de los usuarios
- ♦ Analizar datos cualitativos y cuantitativos para entender el *customer journey* y optimizar la estrategia de marketing basada en el comportamiento del cliente
- ♦ Desarrollar *dashboards* personalizados y utilizar herramientas de visualización de datos para interpretar y presentar información clave de manera efectiva
- ♦ Implementar técnicas de *Data Science* y *Big Data* para extraer, tratar y analizar grandes volúmenes de datos, mejorando la toma de decisiones en marketing



Asignatura 9. Mobile e-Commerce

- ♦ Adaptar estrategias de marketing digital al entorno móvil, considerando las nuevas tendencias y hábitos de consumo en dispositivos móviles
- ♦ Desarrollar aplicaciones móviles optimizadas para e-Commerce, asegurando una experiencia de usuario fluida y eficaz en todos los dispositivos
- ♦ Implementar técnicas de análisis móvil para medir el rendimiento y la rentabilidad de las estrategias de marketing en dispositivos móviles
- ♦ Integrar soluciones de pago móvil que mejoren la experiencia del usuario y optimicen el proceso de compra en plataformas móviles

Asignatura 10. Trabajo Final de Máster

- ♦ Desarrollar propuestas innovadoras vinculadas a cuestiones de actualidad y relacionado con los conocimientos adquiridos en el Máster Oficial Universitario
- ♦ Acreditar los conocimientos adquiridos durante los estudios del Máster Oficial Universitario y la capacidad del egresado para llevarlos a la práctica, mediante el uso de una metodología de trabajo adecuada, la creatividad, el pensamiento analítico

06

Salidas profesionales

Al finalizar la presente titulación universitaria, los profesionales tendrán una comprensión holística sobre todos los aspectos del Marketing Digital (desde el SEO o creación de contenidos hasta la analítica web). Así pues, los egresados desarrollarán campañas creativas e innovadoras que capten la atención del público objetivo. En esta misma línea, los expertos optimizarán la experiencia de los usuarios en las diversas plataformas digitales, lo que contribuirá a fidelizarlos con la marca durante un largo período de tiempo.

Upgrading...





“

Implementarás sistemas de automatización de Marketing para personalizar la comunicación y ofrecerás a los consumidores productos o servicios basados en sus intereses”

Perfil del egresado

Con este Máster Oficial Universitario, los expertos dispondrán tanto de los conocimientos como habilidades necesarias para implementar las estrategias de Marketing Digital más innovadoras en cualquier institución. Los alumnos serán capaces de llevar a cabo múltiples funciones que abarcan desde la gestión de las redes sociales o creación de contenido hasta la implementación de campañas de publicidad. De este modo, los profesionales ayudarán a las marcas tanto a aumentar su visibilidad significativamente como a tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos para asegurar su éxito a largo plazo. Así estarán preparados para asumir roles como la Dirección de la Comunicación o Gestión de Publicidad.

Diseñarás las campañas publicitarias más impactantes para captar nuevos clientes a través de las redes sociales.

- ♦ **Liderazgo y gestión de equipos:** Serás capaz de coordinar equipos de trabajo, gestionar conflictos en el entorno laboral y motivar a los empleados a optimizar tanto su rendimiento como compromiso
- ♦ **Comunicación efectiva y negociación:** Interactuarás de forma clara, precisa y persuasiva con diferentes audiencias, desde empleados o directivos hasta organismos reguladores
- ♦ **Adaptación a cambios normativos:** Te mantendrás actualizado con respecto a las regulaciones en el ámbito de trabajo, incluyendo materias como la legislación laboral, seguridad o normativas de responsabilidad social corporativa
- ♦ **Resolución de problemas:** Adquirirás competencias avanzadas para identificar riesgos, realizar análisis detallados y desarrollar soluciones estratégicas basadas en datos para contribuir al éxito de las organizaciones
- ♦ **Innovación y creatividad:** Promoverás una cultura institucional de mejora continua a través de la implementación de nuevas tecnologías y metodologías de trabajo



Después de realizar el Máster Oficial Universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Especialista en Marketing Digital:** Diseña y ejecuta estrategias de marketing online para aumentar la visibilidad y el *engagement* de la marca en plataformas digitales.
- 2. Digital Marketing Manager:** Lidera y coordina todas las actividades de marketing digital, gestionando campañas y equipos para alcanzar los objetivos de la empresa.
- 3. Community Manager:** Gestiona y dinamiza las comunidades en redes sociales, interactuando con seguidores y creando contenido para fortalecer la presencia de la marca.
- 4. E-commerce Manager:** Supervisa y optimiza las operaciones de comercio electrónico, gestionando la tienda online, inventario, ventas y experiencia del cliente.
- 5. Gestor de Publicidad en Redes Sociales:** Planifica y ejecuta campañas publicitarias en redes sociales, segmentando audiencias y optimizando el rendimiento de los anuncios.
- 6. Experto en SEO:** Mejora la visibilidad de sitios web en motores de búsqueda a través de estrategias de optimización en contenido, estructura y enlaces.
- 7. Analista de Marketing Digital:** Monitorea y analiza datos de campañas digitales, proporcionando *insights* para optimizar estrategias y maximizar el retorno de la inversión.
- 8. Especialista en Email Marketing:** Crea y gestiona campañas de email marketing, diseñando correos personalizados y automatizados para aumentar la conversión y retención de clientes

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de este Máster Oficial Universitario de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.



Matricúlate ahora en este Máster Oficial Universitario y desarrolla un perfil profesional apto para liderar el Marketing Digital en diversos proyectos empresariales”

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 el Máster Oficial Universitario, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu
competencia
lingüística*



“

TECH te incluye el estudio de idiomas en el Máster Oficial Universitario de forma ilimitada y gratuita”

En el mundo competitivo actual, 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 título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

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 MCER 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 se posee.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. 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 en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar 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.

“

Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio del Máster Oficial Universitario”





“ 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER 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 el Máster Oficial Universitario, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar 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 anual de cualquier idioma están incluidas en el Máster Oficial Universitario



08

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

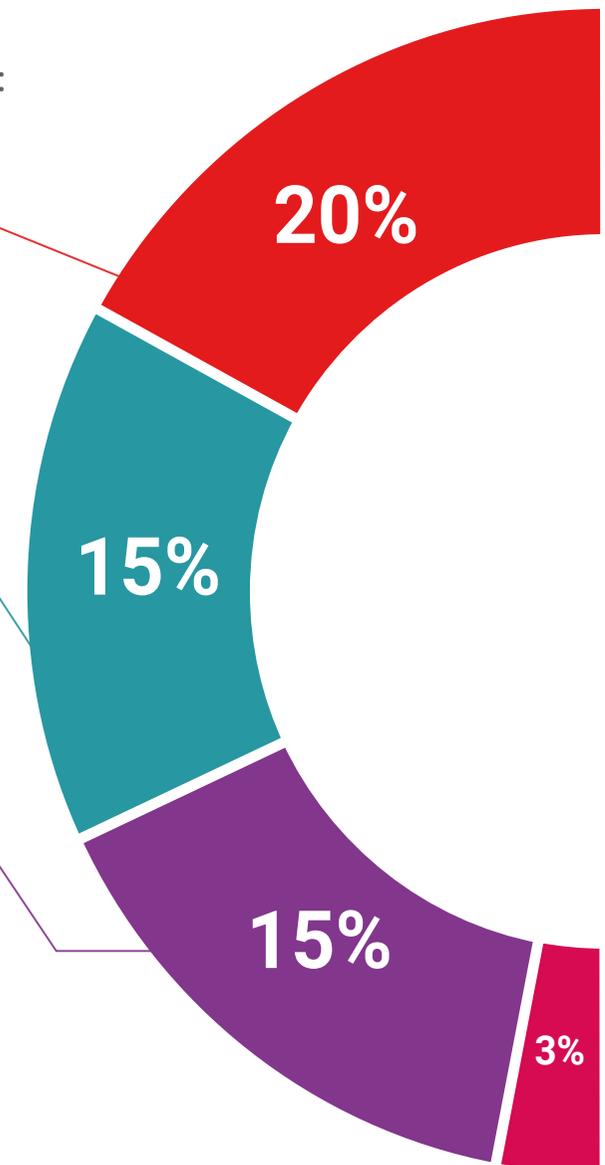
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



09

Cuadro docente

Para el diseño e impartición de este Máster Oficial Universitario en Marketing Digital, TECH cuenta con un claustro docente de primer nivel conformado por expertos de renombre en el ámbito del Marketing Digital. Estos profesionales han confeccionado numerosos materiales didácticos, definidos por su excelsa calidad y por ajustarse a las demandas del mercado laboral actual. De este modo, los alumnos se adentrarán en una intensiva experiencia que les permitirá optimizar su praxis diaria como experto en Marketing Digital significativamente.



“

Accederás a un plan de estudios diseñado por un reputado grupo docente especializado en Marketing Digital, que te garantizará un aprendizaje exitoso”

Director Invitado Internacional

El Doctor Ben Marder es una figura destacada en el campo del **Marketing**, reconocido internacionalmente por sus profundas contribuciones a la comprensión del **comportamiento del consumidor** en la **era digital**. Así, ha demostrado un **liderazgo** excepcional, consolidando su reputación como un **académico** de calibre incomparable.

Asimismo, como parte de su **agenda de investigación**, se encuentra la exploración del **comportamiento del consumidor social y comercial** en el contexto de las **tecnologías digitales**, especialmente las **redes sociales**. De hecho, su prolífico historial de **publicaciones** cuenta con más de 40 artículos aceptados por **revistas de renombre**, como la **Journal of Retailing**, **European Journal of Marketing** y **Journal of Business Research**. Además, su trabajo pionero sobre el “Efecto Enfriador” (*Chilling Effect*) de las **redes sociales** ha atraído la **atención internacional**, con apariciones en medios prestigiosos como **The New York Times**, **Harvard Business Review** y la **BBC**. De esta manera, el estudio ha revelado cómo el uso de las **redes sociales** influye en el comportamiento en la vida real, una revelación que ha resonado tanto en el ámbito académico como en el público.

Del mismo modo, más allá de sus esfuerzos de investigación, ha destacado como **Coordinador de Programas** sobre **Introducción a la Investigación Empresarial**, desempeñando un papel fundamental en la configuración del **panorama educativo**. También ha ejercido como **Director de Programas de Investigación en Marketing**, supervisando **proyectos de investigación** y promoviendo el **bienestar estudiantil y académico**, todo esto en la Escuela de Negocios de la Universidad de Edimburgo.

Finalmente, el Doctor Ben Marder ha sido reconocido por sus innovadoras **presentaciones de investigación**, incluida su exploración de las **consecuencias no deseadas** de las **tecnologías de Marketing**. Así, a través de su exhaustivo trabajo, continúa iluminando las complejidades del **Marketing Digital** y dejando una marca indeleble tanto en la academia como en la industria.



Dr. Marder, Ben

- ♦ Director de Programas de Investigación en Marketing, Universidad de Edimburgo, Reino Unido
- ♦ Coordinador de Programas sobre Introducción a la Investigación Empresarial en la Escuela de Negocios de la Universidad de Edimburgo
- ♦ Aparición en los medios The New York Times, Harvard Business Review y BBC
- ♦ Publicaciones en Journal of Retailing, European Journal of Marketing y Journal of Business Research
- ♦ Doctor en Marketing y Sistemas de Información por la Universidad de Bath
- ♦ Máster en Marketing por la Universidad de Leicester
- ♦ Licenciatura en Economía Financiera por la Universidad de Leicester

“

Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Dirección



D. Galán, José

- ♦ Especialista en Marketing Online
- ♦ Director de e-Marketing en TECH Universidad Tecnológica
- ♦ Blogger en Cosas sobre Marketing Online
- ♦ Director de Marketing Corporativo en Médica Panamericana
- ♦ Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Programa Superior Europeo en Marketing Digital por la ESIC



10

Titulación

El **Máster Oficial Universitario en Marketing Digital** es un programa ofrecido por TECH, una Universidad Oficial legalmente constituida en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.



“

Obtén el título oficial de Máster Universitario con validez internacional y da un paso adelante en tu carrera profesional”

El **Máster Oficial Universitario en Marketing Digital** es un programa ofrecido por TECH, que es una Universidad Oficial española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, de 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el [Boletín Oficial del Estado \(BOE\) núm. 181, de 27 de julio de 2024 \(pág. 96.369\)](#), e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Títulos ([RUCT](#)) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.



Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como el Marketing Digital

Este título permitirá al alumno desempeñar las funciones profesionales al más alto nivel y su reconocimiento académico asegura que la formación cumple con los estándares de calidad y exigencia académica establecidos a nivel europeo, garantizando la validez, pertinencia y competitividad de los conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica en el entorno laboral.

Además, de obtener el título oficial de Máster Universitario con el que podrá optar a puestos bien remunerados y de responsabilidad como profesional, este programa **permitirá al alumno el acceso a los estudios de nivel de doctorado** con el que progresar en la carrera académica.

Título Oficial*: **Máster Universitario en Marketing Digital**

Modalidad: **100% online**

Duración: **12 meses**

Créditos: **60 ECTS**



Felipe VI, Rey de España

y en su nombre

**el Rector de la Universidad
Tecnológica de las Islas Canarias**

tech
universidad

Considerando que, conforme a las disposiciones y circunstancias previstas por la legislación vigente,

D/Dña _____,

nacido el ___ de ___ de ___ en _____, de nacionalidad _____,

ha superado en _____ de _____, los estudios universitarios oficiales conducentes al TÍTULO universitario oficial de

**Máster Universitario en Marketing Digital
por la Universidad Tecnológica de las Islas Canarias**

establecido por Acuerdo del Consejo de Ministros de 30 de octubre de 2009,
expide el presente título oficial con validez en todo el territorio nacional,
que faculta al interesado para disfrutar los derechos que a este título
otorgan las disposiciones vigentes.

Dado en San Cristóbal de la Laguna, a ___ de ___ de _____

El Rector,

Pedro Navarro Illana

El Secretario General,

Rita Beatriz Machin González

TECH-000000

Código de Universidad | Registro Nacional de Títulos | Código de Centro | Registro Universitario de Títulos
109 | 203853276 | 2678015 | 88476

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar el **Máster Oficial Universitario en Marketing Digital**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





“

Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con validez internacional”

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Máster Oficial Universitario en Marketing Digital** en un país diferente a España, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Secretaría Académica a través de correo electrónico: homologacion@techtitute.com

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Máster en cualquier país.





El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.



El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título”

12

Requisitos de acceso

Los requisitos de acceso de este Máster Oficial Universitario se establecen de conformidad con el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

En dicho documento se recogen todos los títulos, nacionales o extranjeros, que los cuales los potenciales alumnos de este programa pueden presentar para acreditar sus conocimientos y competencias.



“

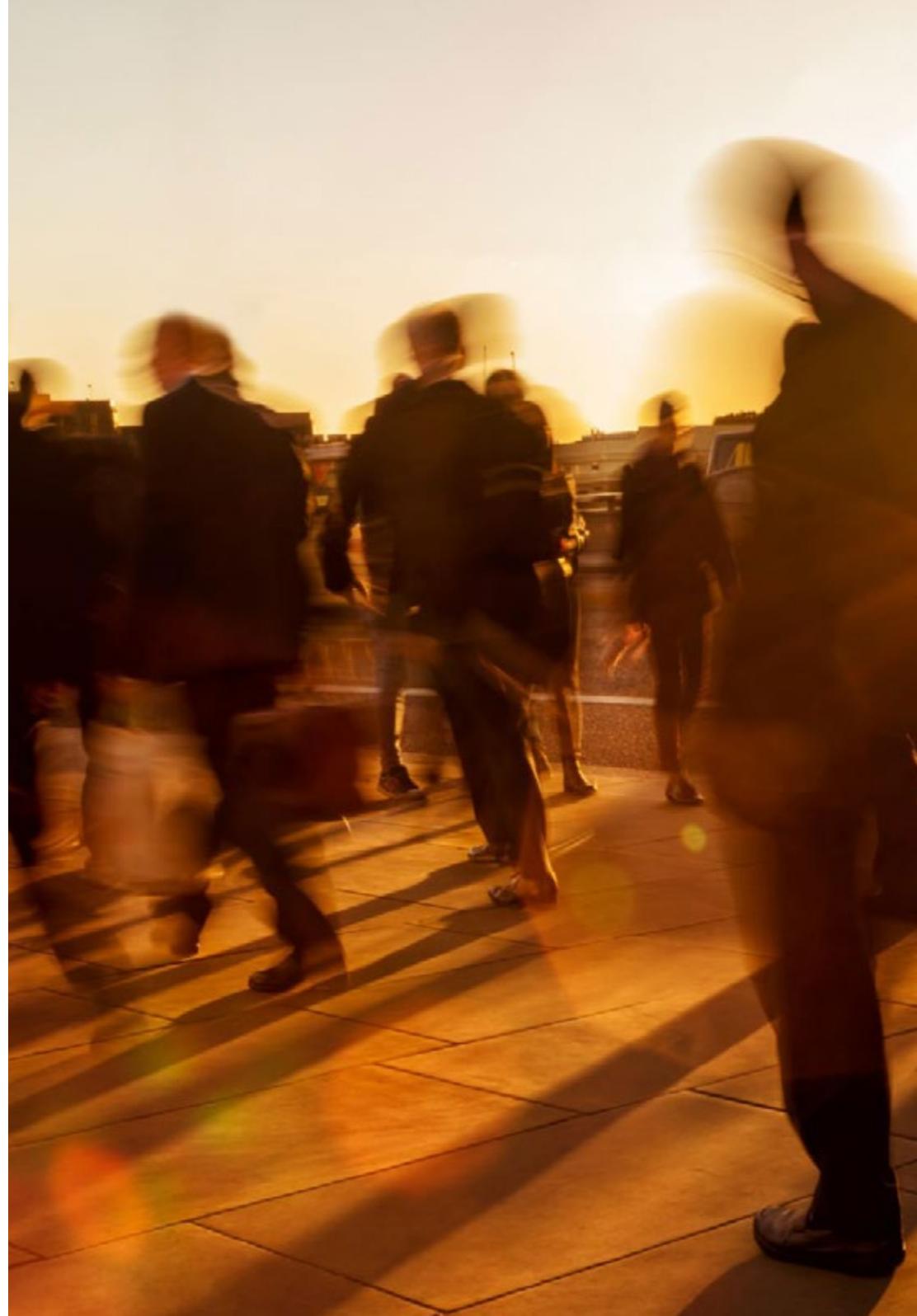
Revisa los requisitos de acceso de este Máster Oficial Universitario de TECH y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”

Así se determina que es necesario estar en posesión de alguna de las siguientes titulaciones:

- ♦ Título universitario oficial de Graduado o Graduada español o equivalente. Además, se permitirá el acceso a Máster Oficial Universitario a aquellos estudiantes de Grado a los que les falte por superar el TFG y como máximo hasta 9 créditos ECTS para obtenerlo. En ningún caso podrá titularse de máster si previamente no ha obtenido el título de grado
- ♦ Título expedido por una institución de educación superior extranjera perteneciente al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que faculte, en el país de expedición, para acceder a las enseñanzas de máster oficial
- ♦ Título oficial expedido en un sistema educativo extranjero no perteneciente al EEES, en alguno de los siguientes supuestos:
 - » Título de educación superior extranjero homologado a un título universitario oficial español
 - » Acceso condicionado a la comprobación previa (sin homologación) de que los estudios cursados corresponden a un nivel de formación equivalente al de los títulos universitarios oficiales españoles y que capacitan para acceder a estudios de máster oficial en el país en el que se ha expedido el título. Este trámite no implica, en ningún caso, la homologación del título previo, ni su reconocimiento para otra finalidad que no sea la de acceder a los estudios de máster

“

Consigue ya tu plaza en este Máster Oficial Universitario de TECH si cumples con alguno de sus requisitos de acceso”



Requisito lingüístico

Los estudiantes procedentes de países o de sistemas educativos con lengua diferente al español, deberán acreditar un conocimiento del español de nivel B2 según el marco Común Europeo de Referencia para lenguas.

En relación con la acreditación del nivel de lengua española para la admisión a un título oficial se puede optar por una de las siguientes alternativas:

- ♦ Presentación del documento que justifique el nivel de español B2
- ♦ Realización de una prueba de nivel interna de la universidad

Quedan exentos de este requisito:

- ♦ Quienes acrediten la nacionalidad española
- ♦ Los que posean una titulación extranjera equivalente a: Filología Hispánica, Traducción e Interpretación (con idioma español), Literatura y/o Lingüística española
- ♦ Quienes hayan realizado estudios previos en español

¿Cumples con los requisitos de acceso lingüísticos de este Máster Oficial Universitario? No dejes pasar la oportunidad y matricúlate ahora.

13

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más simple de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin prisas ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.



“

TECH ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Máster Oficial Universitario más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales”

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de la universidad y aceptar las políticas de privacidad, las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso sin esperas. De forma posterior se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy cómoda y rápida. Sólo se deberán subir al sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar vigentes en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- Copia digitalizada del documento del DNI o documento de identidad oficial del alumno
- Copia digitalizada del título académico oficial de Grado o título equivalente con el que se accede al Máster Oficial Universitario. En caso de que el estudiante no haya terminado el Grado pero le reste por superar únicamente el TFG y hasta 9 ECTS del programa, deberá aportar un certificado oficial de notas de su universidad donde se corrobore esta situación

Para resolver cualquier duda que surja el estudiante podrá dirigirse a su asesor académico, con gusto le atenderá en todo lo que necesite. En caso de requerir más información, puede ponerse en contacto con informacion@techtitute.com

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Máster Oficial Universitario cuanto antes, sin trámites ni demoras.





Máster Oficial Universitario Marketing Digital

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **12 meses**

Créditos: **60 ECTS**

Máster Oficial Universitario Marketing Digital

