

MBA

Máster en Dirección Estratégica de Empresas
con especialidad en Marketing y Publicidad Digital

Doble Titulación



Universidad Europea
Miguel de Cervantes

MBA

Máster en Dirección Estratégica de Empresas con especialidad en Marketing y Publicidad Digital

Título	Máster Título Propio emitido por UEMC y Máster ENyD
Acceso	Titulación universitaria
Admisión	Valoración curricular
Duración	72 ECTS
Inicio	Matrícula abierta
Modalidad	Online + Clases virtuales
Salidas profesionales	Bolsa de empleo

Presentación

El título propio de Máster en Dirección Estratégica de Empresas MBA con especialidad en Marketing y Publicidad Digital atiende la necesidad de formar a profesionales en el ámbito de la dirección, planificación y organización de empresas que deseen completar la formación de alto nivel con conocimientos específicos en el área de Marketing y Publicidad Digital.

Su contenido, centrado en la toma de decisiones para las diferentes áreas clave de la empresa como son el marketing, la gestión de personas, la dirección de operaciones o las finanzas, permite formar profesionales polivalentes capaces de abordar distintas funciones y asumir responsabilidades que permitan crecer a las organizaciones.

Sumado a ello, la concepción online de este programa incorpora ventajas tales como la flexibilidad de acceso desde distintos dispositivos y horarios propios de su formato. Así mismo, ofrece más oportunidades de interacción con profesores y tutores de forma sencilla y rápida, así como, el desarrollo de habilidades en entornos virtuales tan habituales en la era digital.

Por definición, el MBA puede entenderse como la continuación natural en el itinerario educativo de los titulados en Dirección de Empresas. Sin embargo, en la actualidad las empresas demandan cada vez más profesionales con capacidades de liderazgo y gestión para la dirección de proyectos o departamentos. En consecuencia, el estudio de un MBA es imprescindible para los candidatos que deseen progresar y evolucionar dentro del marco económico actual, siendo una necesidad curricular para alumnos de titulaciones técnicas, jurídicas, económicas y sociales.

El hecho de ofertar esta titulación en una modalidad online permitirá que existan alumnos de diferentes titulaciones, regiones e incluso países. Esto no solo implica que dispondrán de conocimientos comunes, sino que además, podrán compartir sus conocimientos con sus compañeros, aportando su experiencia y capacidades al grupo de alumnos a través de debates, resolución de casos o en el resto de actividades educativas programadas.

Máster en Dirección Estratégica de Empresas MBA con especialidad en Marketing y Publicidad digital



Estructura del programa

Máster en Dirección Estratégica de Empresas MBA con especialidad en Marketing y Publicidad digital

PREPROGRAMA
Contenidos de contabilidad, economía y finanzas básicas. Estudio individual con autoevaluación. Proporciona el nivel mínimo de conocimientos en estas áreas a todos los alumnos.

00

01
ASIGNATURAS OBLIGATORIAS
Las asignaturas se desarrollan en modalidad online pero se imparten clases y tutorías virtuales. La evaluación continua se combina con una prueba de evaluación final para cada materia o grupo de materias.

TRABAJO FIN DE MÁSTER
Actividad de consultoría y/o asesoramiento real sobre empresas externas a partir de su situación actual y necesidades de planificación. El alumno defenderá el TFM ante un tribunal (virtual).

02



04
+ ESPECIALIDAD EN MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL
Asignaturas centradas en la especialización competencial en el área de Marketing y Publicidad Digital que se imparten en modalidad online con clases y tutorías virtuales.

Beneficios para el alumno





► DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Conceptos fundamentales: Niveles de estrategia, misión, visión y valores.
Análisis y diagnóstico de la situación de la empresa.
Estrategias corporativas.
Evaluación y selección de estrategias.
Implantación de estrategias.
Responsabilidad social corporativa y estrategia.

► MARKETING

Marketing: concepto y tipología.
La Investigación de mercados.
Estrategias y políticas de marketing: las 4Ps.
El Plan de marketing.
Marketing e innovación de productos.

► DIRECCIÓN COMERCIAL

Organización de la actividad comercial.
El área de ventas.
Control de la gestión comercial.
Previsiones de ventas.
Presupuesto comercial.
Satisfacción de clientes.

► NUEVAS TENDENCIAS EN MARKETING Y VENTAS

Marketing digital:
Conceptos fundamentales.
Posicionamiento en buscadores (SEO Y SEM).
Publicidad en redes sociales.
Comunicación con el consumidor 2.0:
Gestión de comunidades y estrategias de comunicación.
Gestión de la reputación corporativa online.
Análisis de resultados.
Marketing Mobile.

► NUEVAS TENDENCIAS EN LA GESTIÓN DE PERSONAS

Gestión por competencias.
Sostenibilidad y recursos humanos.
Coaching.

► GESTIÓN DEL TALENTO Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

Recorrido histórico por la gestión de recursos humanos
El factor humano en la empresa
Filosofía organizacional. Cultura y valores.
Valores en el trabajo, ética empresarial.
Desarrollo Organizacional.
Gestión estratégica de recursos humanos.
Auditoría estratégica.
Manual de puestos y perfiles
Análisis de puestos
Descripción de puestos
Definición de perfil profesional.
Introducción a la planificación de plantillas.
Necesidad de planificar los recursos humanos.
Cálculos de plantillas a corto y medio plazo.
Reclutamiento y selección de colaboradores
Reclutamiento de personal
Preselección de personal
Proceso de selección de personal

► DIRECCIÓN GLOBAL DE OPERACIONES

Bloque 1. Dirección de operaciones.
Las operaciones como elemento competitivo
Procesos productivos.
Bloque 2. Supply Chain Management.
Concepto.
Procesos vs funciones.
Concepto de distribución Just in time
Estrategias de SCM.
Personalización y posposición.
Bloque 3. Estrategia de aprovisionamiento.
La función de la dirección de compras.
Evaluación, selección y contratación de proveedores Externalización y outsourcing.
Gestión de stocks.

► TICs E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Fundamentos de los sistemas y tecnologías de la información en la empresa.
Gestión de sistemas en las organizaciones.
Procesos de innovación.

► CONTROL DE GESTIÓN

El control en la empresa: concepto e importancia.
Definición de objetivos estratégicos.
La formulación de KPIs.
El Cuadro de Mando Integral.

► FINANZAS CORPORATIVAS

Análisis de balances.
Análisis previo de la empresa y el sector.
Análisis de porcentajes.
Estado de origen y aplicación de fondos.
Diagnóstico estático y dinámico.
Análisis de inversiones.
Tasa de rendimiento contable.
Flujos netos de caja.
Periodo de recuperación de inversiones.
Valor futuro y valor actual.
Valor actual neto.
Tasa interna de rentabilidad.
Riesgo en la valoración de proyectos.

► ANÁLISIS DE COSTES

Sistemas de costes estándar.
Sistemas de costes basados en actividades.
Toma de decisiones a partir de costes.

► NUEVAS TENDENCIAS EN FINANZAS CORPORATIVAS

Planificación financiera del negocio.
Introducción a la valoración de empresas.
Planificación del circulante.
Introducción a las operaciones Corporativas.
Financiación de empresas

► GESTIÓN EMPRENDEDORA

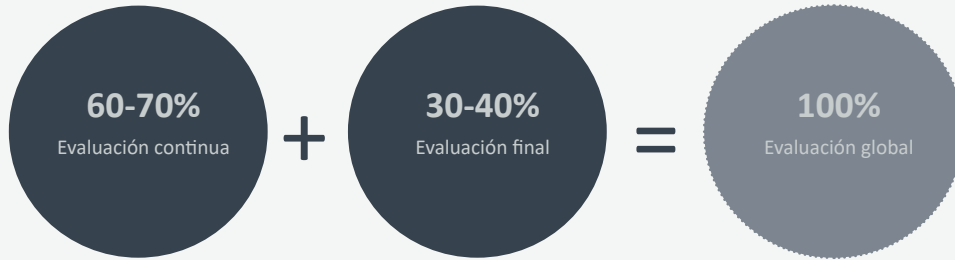
El perfil del emprendedor.
Valoración de ideas de negocio.
El plan de negocio.
Lean Start Up.
Presentación y defensa de ideas de negocio.
Financiación del emprendimiento.

► ESPECIALIDAD - MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL

Plan de Marketing digital
Estrategias de Marketing digital
Publicidad digital
Planificación y contratación de medios digitales
SEO y SEM
Otros medios digitales
Analítica digital

Desarrollo de una asignatura

Máster en Dirección Estratégica de Empresas MBA con especialidad en Marketing y Publicidad digital



El resultado de la Evaluación Continua solo se considera si el estudiante supera la prueba de Evaluación Final. Los porcentajes concretos de cada asignatura se recogen en las guías docentes disponibles al inicio del curso. El Trabajo Fin de Máster incluye la defensa ante un tribunal.

Este es el formato perfecto si quieres hacer un MBA sin sacrificar tus compromisos profesionales y personales.

Participando en las clases online, tutorías en tiempo real, trabajo colaborativo... tendrás una experiencia única cursando tus estudios en modalidad online pero sin renunciar a las ventajas de una formación presencial.

Además durante todo el desarrollo del máster contarás con el apoyo de un asesor personal, que te ayudará a organizar tu estudio, graduar las cargas lectivas, planificar las fechas de entrega de ejercicios y casos...



Clases en directo

Clases realizadas a través de videoconferencias.



Contenidos teóricos

Manuales, contenido multimedia, biblioteca virtual...



Método del caso

Análisis, estudio y debate de business cases.



Actividades de estudio

Test autoevaluación, resolución de ejercicios, proyectos...



Foros

Foros de discusión donde debatir con compañeros.



Tutorías

Tutorías en tiempo real y a través de foros y mensajería.



Seminarios y talleres

Seminarios voluntarios complementarios a la formación.



Acompañamiento

Asesor personal disponible durante todo el curso.



Prueba final

Evaluación de conocimiento prácticos y teóricos.

FORMACIÓN PLANIFICADA Periodo de evaluación continua

Periodo de evaluación final

Cuadro de profesores

Máster en Dirección Estratégica de Empresas MBA con especialidad en Marketing y Publicidad digital

ERICK REMEDIOS

Licenciado en Dirección de Comunicación por La Universidad de La Habana en 2010 y posteriormente Máster en Gestión de la Comunicación entre Empresas por la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España en 2012. Posteriormente se formó como Business Angels en la Universidad La Salle junto a los inversores y directivos de redes de business angels más activos de España. Actualmente dirige el equipo de análisis de proyectos de BusinessInFact, donde se encarga del desarrollo de negocios de esta sociedad.



SERGIO GARCÍA CODINA

Licenciado en CC. Económicas y Empresariales, Programa Doctoral en Economía Financiera, Máster en Economía y Dirección Internacional de Empresas. Programa de Corporate Finance y Programa de Viabilidad Financiera (Instituto de Empresa). Ha desarrollado su carrera profesional siempre en departamentos financieros, ocupando puestos de responsabilidad en Grupo Arcelor Mittal, Grupo Ono, Grupo Iberdrola Telecomunicaciones, Futura International Airways, Volkswagen Financ, Grupo Berlys, Grupo GPB y Privilege Style Líneas Aéreas.



FERNANDO DORAL FÁBREGAS

Ingeniero técnico informático por la UPM. Licenciado en investigación y Técnicas de Mercado por la UOC. Actualmente se encuentra finalizando su doctorado. Cuenta con más de 20 años de experiencia profesional destacando los puestos de Director de Centro de Negocio y de Director de Marketing, ambos cargos desempeñados en AltranTechnologies. Es profesor de las asignaturas de estrategia, marketing y dirección comercial en la ENyD Escuela de Negocios y Dirección, de Business Communication y Market Research en la UEM donde además dirige el master de Negocios Digitales.



JUAN FRANCISCO ORTEGA DÍAZ

Doctor en Derecho por la Universidad de Salamanca. Cuenta con más de 15 años de experiencia profesional. Ha sido profesor en diversas universidades entre las que destacan la Universidad de Salamanca, Universidad de las Palmas, Universidad de Sevilla, Universidad de los Andes o Harvard Law School. Compagina su actividad docente con la profesión de consultor empresarial donde ha trabajado para algunas de las firmas más importantes. Ha realizado estancias de investigación en entidades como COLUMBIA UNIVERSITY (NY, USA) FRANKLING PIERCE LAW CENTER” (Concord, USA), UNIVERSIDAD DE BREMEN (BREMEN, ALEMANIA) o MAX PLANCK INSTITUTE. (MUNICH, ALEMANIA). Ha publicado 6 libros y más de 25 artículos destacando en temas relacionados con propiedad intelectual y firma Digital. Colabora habitualmente con revistas como “Derecho Mercantil”, “Revista Critica de Derecho Inmobiliario”, Miembro del Consejo de Redacción y colaborador permanente de la Revista de Contratación Electrónica y Coordinador de la “Colección Jurídica Iberoamericana”. Grupo Editorial Acento



GUILLERMO DE ARCAS CASTRO

Ingeniero técnico de telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid. Ingeniero Electrónico por la Universidad de Alcalá de Henares. Doctor en ingeniería de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid. Executive MBA por el Instituto de Empresa. Compagina desde hace más de 10 años su ocupación como profesor docente en telecomunicaciones dentro de la UPM con la de director subdirector de investigación en instrumentación y acústica aplicada, lo que implica la participación en múltiples proyectos como consultor. Además cuenta con una amplia experiencia emprendedora en diferentes proyectos ligados a la ingeniería e innovación.



FERNANDO CHECA

Doctor en Informática por la Universidad Pontificia de Salamanca. En su labor profesional ha sido Product Manager en el Departamento de Marketing de Medios de Pago y Gran Consumo de BBVA Finanzia, Director General de Marketalia Internet Group y Director de e-Learning de Global Estrategias (Demos Group).



JOSÉ VERA BRUSCA

Ingeniero industrial por la Universidad de Barcelona y Master en Dirección de Recursos Humanos por IE Business School. Cuenta con más de 30 años de experiencia profesional en el ámbito de los recursos humanos trabajando para compañías como Michelin, Suchard, Fujitsu o Asea Brown Boveri. Como experiencia docente aporta la colaboración con entidades educativas como la Universidad Antonio de Nebrija, Grupo BLC, AEDE Business School, Bureau Veritas o la Escuela de Negocios y Dirección. Además es mentor en el master de RRHH de ESADE. Actualmente trabaja como consultor de Recursos Humanos para diferentes consultoras con su actividad docente en escuelas de negocios y universidades.



FRANCISCO SANTOS

Graduado en Relaciones Laborales por la Universidad de Salamanca, Graduado en Recursos Humanos por la UFV. MBA oficial por el IE. Director de La Escuela de Negocios y Dirección – ENyD. Ha ligado su carrera a los RRHH, la formación y el emprendimiento. Como consultor freelance ha realizado proyectos para empresas como FORTRA, IBM, Conway, Cif accio, Progreso Humano, Telefónica,.. Desde el año 2004 dirige la Escuela de Negocios y Dirección – ENyD.



Ver cuadro docente completo [AQUÍ](#)

Requisitos de acceso

1. Título universitario oficial que faculte para el acceso a enseñanzas de Máster.
2. Podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

Documentación requerida

El proceso de admisión comienza con la entrega de la siguiente documentación:

- Impreso de Solicitud de Admisión.
- Fotocopia del DNI o del Pasaporte.
- Fotografía
- Fotocopia compulsada del título por el que accede a los estudios del Máster (o resguardo justificativo de su solicitud).
- Certificación Académica Personal de la titulación cursada.
- Currículum Vitae del Solicitante.
- Carta de motivación (personal).
- Los alumnos que tengan el título homologado deberán adjuntar fotocopia autenticada de la homologación.

SOLICITUD DE ADMISIÓN

VALORACIÓN CURRICULAR

ADMISIÓN Y PAGO DE MATRÍCULA

¡Una mirada a tu futuro!



MBA

Título Propio Máster en Dirección Estratégica de Empresas
especialidad en Marketing y Publicidad Digital

INFORMACIÓN Y MATRÍCULA

Admisiones UTEL

(55) 1328.9014 | 📞 55.1328.9014
programas.internacionales@utel.mx