



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



Maestría en Marketing Digital

Modalidad en línea

(Consultar inicio de próximas convocatorias)

Bienvenidos

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil es una institución de educación superior que nace con la finalidad de preparar a profesionales socialmente responsables y con solvencia de conocimientos técnicos, haciendo énfasis en sus valores autóctonos con miras a lograr el mejor desarrollo y superación del hombre ecuatoriano en un marco de convivencia democrática, justicia social, respeto y exaltación a los valores y derechos humanos, asegurando la inspiración cristiana.

Contenido

Información General

- 04 **Compromiso UCSG**
Misión y Valores
- 06 **EUDE Business School**
¿Quiénes Somos?
- 07 **Convenio**
Costo y Beneficios

Información Específica

- 08 **Datos Clave**
Maestría en Marketing Digital
- 10 **Objetivos**
Generales y Específicos
- 12 **Perfil y Requisitos**
de la Maestría
- 14 **Malla Curricular**
Maestría en Marketing Digital

Metodología de Estudio

- 26 **Campus en Línea**
Formación 360°



Compromiso UCSG

Misión

Generar, promover, difundir y preservar la ciencia, la tecnología, el arte y la cultura, formando personas competentes y profesionales socialmente responsables para el desarrollo sustentable del país, inspirados en la fe cristiana de la Iglesia Católica.

Visión

Ser una Universidad Católica, emprendedora y con liderazgo académico dentro y fuera de las fronteras patrias, que incida en la construcción de una sociedad nacional e internacional, eficiente, justa y sustentable.



La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y la Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE) aúnan fuerzas para ofrecer un programa de posgrado en línea sustentado en el conocimiento, experiencia y recursos tecnológicos.



¿Quiénes somos?

EUDE Business School, una institución europea de formación de posgrado internacional, reconocida por los principales rankings y medios internacionales; con 25 años de trayectoria académica formando a más de 100 mil directivos, profesionales, emprendedores, y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

Las áreas académicas; MBA, Marketing, Marketing Digital, Comercio Internacional, Logística, Recursos Humanos, Coaching, Finanzas, Medio Ambiente y sus distintas modalidades de enseñanza; Máster presencial en Madrid, Máster online, o la combinación de ambas, nos permite ofrecer alternativas adaptadas a las necesidades de los alumnos y sobre todo del mercado.

Convenio

Convenio Específico de Colaboración con la Escuela Europea de Dirección y Empresa (España): Luego de culminar los estudios de la Maestría en Marketing Digital en línea de la UCSG, los graduados podrán homologar su titulación por la Maestría en Finanzas, especialidad en Dirección Financiera en modalidad online de la Escuela Europea de Dirección y Empresa (España), sin costo añadido.

Información de contacto

Si desea obtener más información o realizar el proceso de admisión ingrese sus datos personales a través de este link:

<https://ucsg.eude.ec>

Datos Clave de la Maestría en Marketing Digital



01

Resolución

La resolución otorgada por el CES (proceso simplificado).

02

Convocatoría

3 anuales: (Consultar inicio de próximas convocatorias)

03

Cupos

Limitados. 180 cupos por cohorte.

04

Duración

12 meses. 1.440 horas.

05

Admisión

Hasta 15 días antes del inicio del programa.

06

Inversión

\$8.300,00 USD.

07

Matrícula

Incluida en la Inversión.

08

Financiación

Si. Verifique financiación y crédito educativo con su Asesor Académico.

09

Descuentos

Si. Consulta con tu asesor académico.

10

Grado Otorgado

Magister en Marketing Digital

Objetivos de la Maestría

Generales

La transformación digital, los nuevos canales de comunicación y el desarrollo de la inteligencia artificial están revolucionando el entorno digital. Las empresas buscan profesionales capaces de adaptarse a las nuevas fórmulas de contacto con el cliente.

Con esta Maestría de Marketing Digital tendrás la oportunidad de conocer de la mano de profesionales del sector las últimas disciplinas, tendencias, herramientas y plataformas necesarias para afrontar la transformación digital de tu negocio.

Específicos

La formación académica específica de los estudiantes del programa de Maestría en Marketing Digital tiene estos objetivos específicos:

- Desarrollar y gestionar de forma global planes de marketing digitales y proyectos online.
- Conocer en profundidad el medio online, lo que le permitirá planificar y desarrollar estrategias reales eficaces y eficientes.
- Crear páginas web optimizadas para buscadores y enfocadas a la conversión desarrollar tiendas online y planificar proyectos integrales de e-commerce.
- Crear campañas de comunicación online 360 grados.
- Desarrollar su labor profesional como Social Media Manager, gestionando de forma exitosa la imagen de marca y la comunicación entre consumidores y marcas en las diferentes redes sociales.
- Desarrollar su labor profesional como consultor SEO y experto en captación.
- Liderar departamentos y cuentas de grandes clientes en el ámbito de las campañas PPC/SEM, con especial énfasis en todo las composiciones y optimizaciones de google Adwords.
- Generar e implementar planes integrales de Email Marketing.
- Liderar proyecto Arquitectura web y convertirte en un experto en analítica web.

Perfil

Ingreso

Los postulantes preferentemente deben poseer título de tercer nivel de grado en el campo detallado de Marketing y publicidad. Sin embargo, debido a la naturaleza del programa podrán acceder postulantes con título de tercer nivel de grado en otros campos detallados que acrediten experiencia profesional de al menos una año afín al programa. En el caso de que el título de tercer nivel de grado sea obtenido en el exterior, el estudiante para inscribirse en el programa deberá presentarlo a la IES debidamente apostillado o legalizado por vía consular.

Egreso

- El profesional contará con competencias para identificar los diferentes modelos de negocios y enfoques empresariales presentes en la actualidad en el entorno digital.
- Acreditar experiencia teórica en mejorar las campañas publicitarias en buscadores.
- Desarrollar las tareas de gestión integral de las redes sociales de la empresa. Involucrarse y gestionar la comunicación y promoción de la empresa a través de campañas de e-mail marketing.
- Experiencia teórica en herramientas y plataformas necesarias para afrontar la transformación del marketing digital de los negocios. Gestionar modelos predictivos y prescriptivos basado en el análisis de datos aportados por los clientes.

Requisitos

Nacionales

- Solicitud de admisión, en especie valorada, dirigida a la Directora del Programa y debidamente suscrita por el postulante.
- Copia a color del título terminal de tercer nivel y del registro en la Senescyt.
- Copia a color de cédula de identidad y certificado de votación actualizado.
- Certificación de notas obtenidas durante la carrera, debidamente legalizada ante las instancias que correspondan.
- Una carta de referencia profesional.
- Hoja de Vida.

Extranjeros

- Solicitud de admisión, en especie valorada, dirigida a la Directora del Programa y debidamente suscrita por el postulante.
- Copia a color del título terminal de tercer nivel, debidamente legalizada en la Secretaría de la Universidad que expidió el título así como en la Embajada de Ecuador en dicho país (apostillado).
- Hoja de Vida.
- Copia a color del pasaporte.

Malla curricular

Asignaturas	Contenidos mínimos	Resultados de Aprendizaje	Total
Entorno Digital del Marketing PERIODO ACADÉMICO: 1	Contenido Ecosistema digital. Estrategias y proyectos digitales. Transformación digital.	Adentrarse en el nuevo entorno digital y conocer en profundidad los cambios que ha originado en nuestra sociedad. Estar al tanto de las nuevas formas de comunicación que este entorno conectado ha propiciado con nuestros clientes y de éstos con las empresas. Descubrir qué implicación tiene el marketing digital en los diferentes ámbitos de una organización y cómo puede ayudar éste a mejorar la eficacia y eficiencia de sus acciones. Desarrollar proyectos de comunicación y publicidad basados en estrategias digitales para conectar con nuestros clientes de manera exitosa. Conocer las nuevas fórmulas de marketing en entornos digitales. Comprender la importancia de la transformación digital para las empresas actuales, identificar los momentos de contacto con clientes, desarrollar estrategias y tácticas para conseguir una verdadera transformación, centrar estos cambios en el personal de la compañía, y saber aplicar correctamente la tecnología en los procesos.	132 h.
Desarrollo Digitales para el Marketing PERIODO ACADÉMICO: 1	Contenido: CX: Customer Experience. Diseño y desarrollo websites. Inteligencia artificial y asistentes virtuales.	Analizar la usabilidad, trabajar una correcta arquitectura y diseño web, en busca de mejores resultados en cuanto a la experiencia de usuario. Introducción al diseño y desarrollo de websites utilizando código HTML y CSS. Obtener un conocimiento inicial teórico, siempre con un eminente enfoque práctico, sobre los componentes y problemáticas de la inteligencia artificial y las diferentes aplicaciones en la industria en la actualidad, haciendo hincapié en los asistentes virtuales como nuevo modelo de relación con cliente.	132 h.

Asignaturas	Contenidos mínimos	Resultados de Aprendizaje	Total
E-Commerce y Marketing PERIODO ACADÉMICO: 1	Contenido: Plan estratégico del comercio electrónico. Soluciones tecnológicas y medios de pago. E-commerce.	Saber definir el tipo de producto para el target al que nos dirigimos, además de establecer las diferentes estrategias de precio que logren captar la atención de nuestros clientes. Entender la cadena de valor en comercio electrónico y habilitar nuevas fórmulas de venta estáticas (e-commerce) y cada día más móviles (m-commerce). Lograr identificar herramientas, tecnologías y soluciones que mejoren la experiencia de usuario de tus clientes en los diferentes momentos de la verdad. Saber elegir correctamente las fórmulas de pago más eficientes para tu cliente y desvelar aquellas que vendrán mañana. Aprender las claves de las distintas áreas del Ecommerce, tanto B2b como B2C. Conocer las plataformas que podemos elegir. Descubrir funcionalidades, herramientas, métodos de pago y logística para alcanzar el éxito con nuestra estrategia comercial online.	<u>132 h.</u>
Medios Online de Publicidad PERIODO ACADÉMICO: 1	Contenido: Publicidad digital. Marketing de afiliados. Digital media planning.	Conocer las diferentes plataformas, medios y soportes que nos ayudarán a comunicar nuestro producto para lograr campañas de comunicación más eficientes seleccionando el mix de medios adecuado. Identificar los diferentes formatos publicitarios que hoy en día se usa en la web. Conocer los beneficios y utilidades del desarrollo de campañas de display y de acciones de marketing de afiliación para lograr los objetivos de comunicación planteados. Realizar la planificación de medios digitales de una compañía para que todas las acciones que formen parte de una campaña estén coordinadas y con unos objetivos planteados a los que pueda darse seguimiento, verificar la consecución de esos objetivos y analizar los resultados de cada una de las acciones.	<u>132 h.</u>

Asignaturas	Contenidos mínimos	Resultados de Aprendizaje	Total
<p>Comunicación Digital para el Marketing PERIODO ACADÉMICO: 1</p>	<p>Contenido: Social media strategy. Email marketing. Inbound marketing. Mobile marketing.</p>	<p>Aprender a gestionar de manera exitosa las redes sociales más adecuadas según nuestra estrategia y objetivos. Crear un Social Media Plan, y saber monitorizar y escuchar las redes. Captar y fidelizar audiencias a través de las redes sociales con intercambio constante de información. Desarrollar campañas de email marketing exitosas, así como ser capaces de medir y analizar los resultados obtenidos. Desarrollar campañas basadas en Inbound Marketing que logre atraer la atención de los clientes para posteriormente generar fidelidad en su relación con la empresa. Conocer en profundidad la nueva realidad del Mobile Marketing dentro del marketing digital. Entender cuándo es conveniente desarrollar una estrategia de mobile y los beneficios y ventajas que puede aportar.</p>	132 h.
<p>Metodología de la Investigación PERIODO ACADÉMICO: 1</p>	<p>Contenido: Introducción a la investigación científica. Diseño de investigación. Recolección de datos. Análisis de datos. Ética de la investigación. Revisión de fuentes bibliográficas. Redacción y presentación científica. Elaboración de informes de proyectos de investigación y artículos académicos</p>	<p>Comprender los fundamentos teóricos y conceptuales de la investigación científica, podrán diseñar y planificar investigaciones de manera rigurosa y ética, serán capaces de seleccionar y aplicar las metodologías y técnicas más adecuadas para recolectar y analizar datos, podrán evaluar críticamente la literatura científica y utilizarla de manera efectiva en sus propias investigaciones, estarán familiarizados con los estándares de presentación y escritura académica, y serán capaces de comunicar sus resultados de investigación de manera clara y coherente.</p>	132 h.

Asignaturas	Contenidos mínimos	Resultados de Aprendizaje	Total
Marketing para Buscadores PERIODO ACADÉMICO: 2	Contenido: Search engine optimization - SEO. Search engine marketing - SEM.	Analizar el posicionamiento natural en buscadores a través de herramientas de análisis y control. Entender cuáles son las claves de un buen posicionamiento SEO y cómo introducir mejoras en nuestra web. Desarrollar campañas de Marketing de Buscadores exitosas a través del desarrollo de campañas en Google Adwords. Aprender la plataforma en profundidad, saber medir el retorno de nuestras campañas y analizar constantemente sus resultados.	132 h.
Plan de Marketing Digital PERIODO ACADÉMICO: 2	Contenido: El plan de marketing tradicional vs. El plan de marketing digital. Análisis de las actividades digitales de la empresa. Acciones online para desarrollar el plan de marketing digital.	Diseñar paso a paso un Plan de Marketing Digital y lograr alinearlos con el Plan de Marketing General de la compañía. Combinar todas las herramientas y acciones que nos hagan alcanzar los objetivos empresariales.	132 h.
Grow Hacking & Business Intelligence PERIODO ACADÉMICO: 2	Contenido: CRM & growth hacking. Business intelligence & Big Data.	Profundizar en la importancia del Customer Relationship Management dentro del entorno digital como herramienta de gestión y entendimiento del cliente. Establecer procedimientos y acciones orientadas al cliente. Familiarización con los conceptos de CRM. Diseñar una estrategia de contactos que cubra la vida del cliente. Aprender los procesos de recogida, distribución, análisis y monitorización de la información de usuarios y clientes. Valorar la toma de decisiones en base a la data recogida que fomente el crecimiento de la empresa. Conocer el Big Data como fórmula para optimizar las acciones de marketing.	132 h.

Asignaturas	Contenidos mínimos	Resultados de Aprendizaje	Total
Analítica Web aplicada al Marketing PERIODO ACADÉMICO: 2	Contenido: Analítica web. Google Analytics.	Extraer, comprender e interpretar la información que se refleja en la red, imprescindible para la toma de decisiones de marketing. Llegar al conocimiento gracias al correcto análisis de los datos. Extraer la información sensible que Google Analytics nos proporciona sobre nuestro sitio web, analizando los datos e introduciendo mejoras fundamentadas que mejor en nuestro rendimiento web.	132 h.
Marco Jurídico Digital PERIODO ACADÉMICO: 2	Contenido: La protección de datos. La ley de servicios de la seguridad de la información. La seguridad de la información y el marketing digital.	Mostrar la importancia de la seguridad digital como uno de los principales retos a los que se enfrenta la digitalización. Proteger nuestro negocio online frente a la vulnerabilidad a la que pueden exponerse los datos de nuestros clientes y los nuestros propios.	132 h.

Inversión

Maestría en Marketing Digital modalidad en línea tiene un costo de \$8.300 USD.

- Matrícula: \$600 (dolares).
- Colegiatura a Financiar con: \$7.700 USD.
- Consultar descuentos.
- Crédito educativo.
- Crédito directo.

Información de contacto

Registro: <https://ucsg.eude.ec>



Campus en Línea

La **Maestría en Marketing Digital** modalidad en línea es producto de un convenio firmado entre la **Universidad Católica de Santiago de Guayaquil** y la **Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE)**, institución líder en formación en línea desde hace 25 años.

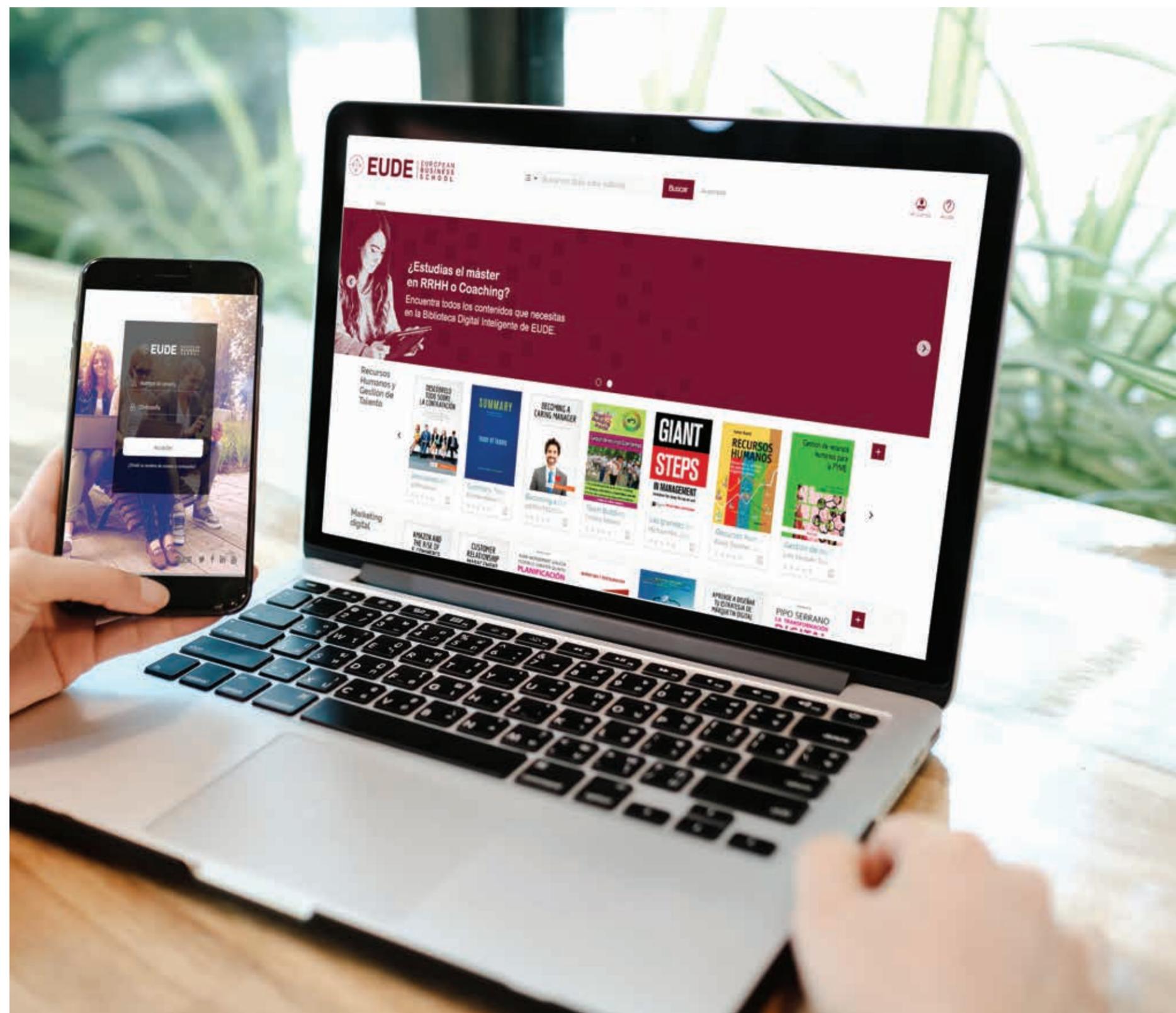
EUDE Business School ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología online de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus en línea, el cual ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo, la escuela permanece a la cabeza en la formación online del mundo.

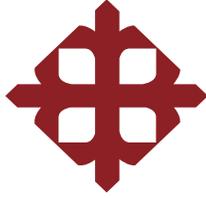
La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología online. De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible. No estará solo durante su formación.

Asista a nuestras **sesiones presenciales virtuales** en directo con los docentes más expertos e internacionales de gran trayectoria profesional.

Nuestras **clases sincrónicas** le permitirán acceder a foros de debate, casos y exámenes. Al final de la maestría se realizará un examen final.

Desarrolle sus habilidades comunicativas. Permita que nuestro equipo de orientadores, tutores y docentes le asesoren. Además de poder acceder a una **Biblioteca Virtual con más de 10.000 títulos** de consulta desde artículos científicos, revistas, novelas, estudios. Todas las fuentes bibliográficas indispensables para cada especialidad, sin restricciones y de forma rápida.





UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Contacto para ampliar información:
Registro: <https://ucsg.eude.ec>