



PLAN DE ESTUDIOS MÁSTER PROFESIONAL MMD+ Máster en Marketing Digital

ÁREA: MARKETING
AUTOR: SPAIN BUSINESS SCHOOL

CÓDIGO: 567

DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

- Denominación: MMD+.- MÁSTER MARKETING DIGITAL
- Tipo: Máster Profesional
- Nivel: MECES 3 (EQF 5)
- Cursos: 1
- Duración: 12 meses
- Periodo de impartición: Febrero y Octubre
- Nº de créditos (horas): 72 ECTS (1.800 horas)
- Idioma en que se imparte: Español
- Metodología: Presencial y Online
- Planificación de la enseñanza:
 - Ed. Febrero: De Febrero a Enero
 - Ed. Octubre: De Octubre a Septiembre
- Plazas de nuevo ingreso:
 - Presencial: 30
 - Online: 50
- Distribución de créditos:
 - Obligatorios: 33 ects
 - Opcionales en especialidad: 15 ects
 - Prácticas curriculares: 12 ects
 - Trabajo fin de máster: 12 ects
- Especialidades ofertadas:
 - Social Media
 - Estrategia y Dirección de marketing
 - Empresas turísticas
 - Empresas moda, belleza y lujo
- Centro que imparte la titulación:
 - Spain Business School
 - Campus virtual: <https://campus.spainbs.com>
 - Campus urbano España:
 - C/ Antonio Toledano 7
 - 28028 Madrid
 - info@spainbs.com
 - +34 917191000
 - +34 610 351 371 (whatsapp)

JUSTIFICACIÓN

El Marketing es una de las especializaciones con mayor potencial académico y profesional dentro del ámbito de economía de la empresa generando gran demanda social y empresarial. El mercado laboral español muestra una elevada demanda de especialistas en aspectos vinculados al ámbito de la comercialización e investigación de mercados.

El programa tiene una concepción académica sólida, diseñada para proporcionar unos fundamentos teóricos avanzados, que a su vez sirvan de base para realizar el trabajo práctico que se desarrolla dentro de las distintas materias que lo componen. Los alumnos recibirán una formación rigurosa y única desde el punto de vista real y práctico de la empresa con las técnicas más avanzadas de la dirección de marketing y la investigación de mercados, entremezclada con una formación práctica intensa en la gestión de las distintas áreas del ámbito comercial y estratégico de la empresa

Objetivos

El fenómeno del Marketing Digital ha supuesto un cambio en la manera en la que las empresas hacen negocio. Actualmente, estás en Internet o no estás

Los objetivos del Máster de Marketing Digital son:

- Otorgar una adecuada presencia online a las empresas o a tu proyecto personal
- Enseñar Metodologías de entornos laborales reales
- Fomentar la capacidad analítica y resolutoria del alumno/a
- El objetivo fundamental del máster es prepararte profesionalmente para la inclusión inmediata al mundo laboral del Marketing Online.

Perfil egresado

Aunque las posiciones en el área del Marketing Online son muy variadas, algunas de las más habituales son:

- Marketing Executive.
- PR and Comunicación Manager.
- Digital Business Development.
- Community Manager.
- Social Media Manager.
- Data Analyst.
- Diseñador Web.
- eCommerce Specialist.
- Inbound Marketing Specialist.
- Digital Sales Manager.
- SEO Specialist.
- Trafficker.
- SEM Specialist.

Director de programa

- **Miguel Mangas**
 - mmangas@spainbs.com
 - +34 639162707
 - <https://www.linkedin.com/in/migueljmangas/>
 - **Country Manager Spain & Portugal Car Affinity**

Con más de 20 años de experiencia profesional en el área del marketing y la educación, he asistido a los lanzamientos tempranos de Internet siendo responsable de marketing de empresas pioneras. Me gusta la enseñanza como medio de compartir y distribuir conocimiento.

Formación

- Doctorando en Filosofía (2020-2023)
- Master España contemporánea en el contexto internacional (Universidad UNED) (2019)
- Máster e-commerce (Esic) (2003)
- Licenciado en geografía e historia (Universidad a distancia UNED) (2017)
- Licenciado en Ciencias económicas y empresariales (Universidad Complutense de Madrid) (1998)

Experiencia profesional

- **Profesor de diversas escuelas de negocio**
- **Country Manager Spain & Portugal Car Affinity (2019-actualidad)**
- Director de Marketing Spain Business School (2017-2019)
- Director de Marketing internacional de Paktor (2015-2017)
- Director Online Marketing España y Portugla Meetic Group (2007-2015)
- Internet Marketing Manager de eBay (2000-2007)

■ **Coordinación académica (M. Ángel Blanco Cedrún)**

Titulación a obtener

- Máster otorgado por Spain Business School y certificado por Cualificam,
 - “Máster Profesional en MMD+ Máster Marketing Digital”
 - Título de Especialidad en xxxxxx
 - Acreditación del máster FMID-CMP22-00034
 - Reconocimientos del máster
 - Nº 3 en Ranking España 2023 El Mundo (Categoría Máster Online en Marketing Digital)
 - Nº 3 en Ranking España 2023 Financial Magazine (Categoría Marketing Digital)
 - Top 5 Máster Selección 2021 Forbes University España
 - Top 1 en Máster Selección Especialidad Publicidad Digital por El Mundo 2020
- (Opcional) Máster Formación Permanente (*universitario*) otorgado por universidad Católica San Antonio de Murcia, UCAM “*Máster en Marketing Digital*” (*Para la obtención del título universitario es necesario cumplir los requisitos de la universidad UCAM*)

Nota: Tanto el título de Máster Profesional como el Máster de Formación Permanente - universitario requiere que el alumno sea título universitario

El presente programa ha sido homologado por:

- Fundación Madri+D (Aneca de Madrid) a través del programa Cualificam. Certificado FMID-CMP22-00034
- Universidad Católica de Murcia en su plan de estudios del convenio suscrito en 2016.

Calidad

Está a disposición de los interesados el sistema y procedimiento de calidad a través de la página web.

Web de programa

Se puede obtener más información de detalle en la página oficina del programa:

- <https://www.spainbs.com/master-presencial-marketing-digital>
- <https://www.spainbs.com/master-online-marketing-digital>

Metodología

A continuación, detallamos las principales características de las metodologías de enseñanza.

La metodología SBS define cada ECTS como 25 horas totales de carga de trabajo del estudiante, según definición de RD 1125/2003. Y define los siguientes tipos de actividades:

- Actividades presenciales. Son aquellas en las que el profesor o profesora está presente:
 - Actividades presenciales convencionales. Se refieren a las clases de teoría y/o problemas y a las prácticas de laboratorio o aula de informática. Suelen ser actividades sistemáticas y estar recogidas dentro del horario académico del centro.
 - Actividades presenciales no convencionales. El profesorado está presente, pero no están recogidas dentro del horario del centro: tutorías, pruebas de evaluación, seminarios, visitas, exposición de trabajos, etc.
- Actividades no presenciales. El profesor o profesora no está presente en ningún momento: estudio personal, preparación de trabajos e informes individuales o en grupo, etc.

Presencial.

La metodología presencial se define como aquella que tiene presencia en directo del profesor docente, ya sea en aula o de manera virtual síncrona y siempre que supere un 34% de las horas correspondientes a los ECTS.

En cada guía docente de la asignatura tendrá una definición concreta de las distribución de actividades presenciales y no presenciales, así como las horas de actividad formativa presencial por actividad concreta.

Definición en base a la guía de apoyo Aneca (Memoria de verificación de títulos 2023, Aneca Verifica). “Enseñanza presencial, aquella en la que la mayor parte de las actividades formativas se desarrollan preferentemente de forma presencial, es decir, interactuando el profesorado y el alumnado en el mismo espacio físico, sea éste el aula, laboratorios, espacios académicos especializados, etc. (presencia física y síncrona).” Y lo establecido en el RD 822/2021 en su artículo 14.7

Virtual.

SBS mezcla la metodología virtual con actividades síncronas y asíncronas. Las actividades síncronas obligatorias para el alumno son las pertenecientes al evaluación de cada asignatura.

Definición en base a la guía de apoyo Aneca (Memoria de verificación de títulos 2023, Aneca Verifica). “Enseñanza virtual, aquella en que la gran mayoría de las actividades formativas previstas en el plan de estudios no requieren la presencia física del estudiantado y profesorado en el centro de impartición del título. Tal y como especifica el RD 822/2021 un título podrá definirse como virtual si al menos el 80% de los créditos que lo configuran se imparten en dicha modalidad.”

COMPETENCIAS

Básicas

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Generales

- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática de un campo de estudio y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.
- Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación con seriedad académica.
- Que los estudiantes hayan realizado una contribución a través de una investigación original que amplíe las fronteras del conocimiento

desarrollando un corpus sustancial, del que parte merezca la publicación referenciada a nivel nacional o internacional.

- Que los estudiantes sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
- Que los estudiantes sepan comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.
- Que se les suponga capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.

Transversales

- Capacidad de búsqueda de información e investigación y de aprendizaje continuo. Saber localizar información utilizando diferentes fuentes (bases de datos, medios de comunicación, manuales, etc.) y estudiar a fondo esa información. Saber autodirigir su estudio para seguir aprendiendo durante su vida profesional.
- Capacidad para recibir y transmitir información en otros idiomas, principalmente inglés. Utilizar y desenvolverse bien en el manejo de otros idiomas, fundamentalmente el inglés.
- Capacidad para trabajar en entornos de presión. Desenvolverse con relativa facilidad en situaciones complejas en las que está sometido a escasez de tiempo, presiones internas y externas, etc.
- Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.
- Usar tecnologías de la información y las telecomunicaciones. Emplear y desenvolverse bien con los medios tecnológicos a su alcance (internet, aplicaciones informáticas, etc.).

Específicas

ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

Puede obtener información de detalle de este apartado en la página web del programa.

Queda recogido en los procesos de calidad de admisión, PO-01, y perfil de ingreso

PLANIFICACION DE LAS ENSEÑANZAS

Estructura de las enseñanzas / Programa

MÁSTER MMD+ Máster en Marketing digital			
	V5 (567)		
		72	
Periodo		ECTS	COD
1	Fundamentos de entornos digitales	4	568
1	<i>Habilidades de comunicación</i>	1	247
1	Marketing awarness	5	569
1	Marketing Pay Per Clic	3	570
1	Publicidad, medios y campañas	3	571
2	Inbound mkt y mkt automation	3	467
2	Comunicación, PR y RRSS	3	390
2	Plan de marketing	3	345
2	Gestión de clientes y estrategias de fidelización	2	572
2	Analítica y Medición	4	573
2	<i>Emprendimiento y Startup</i>	2	566
3	ESPECIALIDAD	15	525
3	PRACTICAS CURRICULARES	12	525
3	TRABAJO FIN DE MASTER	12	362

ESPECIALIDADES.

- Estrategia y Dirección de marketing
- Empresas de Moda, Belleza y Lujo
- Empresas de Turismo
- Social Media

Ver guías docentes completas para mayor detalle de cada módulo/asignatura.

Calendario ejecución

El plan de ejecución general se basa en tres periodos según se contempla en la primera columna del pensum anterior:

- Periodo 1: Primer cuatrimestre
- Periodo 2: Segundo cuatrimestre
- Periodo 3: Tercer cuatrimestre (Especialización y TFM)

Dependiendo de la metodología variará la carga presencial en aula pero todas las metodologías tendrán una carga mixta, blended, en campus virtual para maximizar el aprendizaje y complementar la propia preparación del presente programa con competencias, negocios digitales y emprendimiento.

PERSONAL ACADÉMICO

Los profesores docentes del programa son:

- 100% Perfil Senior
- 50% Perfil Doctor

Cada uno de ellos en el área de conocimiento a impartir.

Listado de principales docentes y conferencistas:

- Luis Miguel Larriba
- José Luis Blanco
- Mencía de Garcillán
- M. Ángel Blanco Cedrún
- María Oriza
- Nuria Oriol
- Presentación Carpe
- Liliana Rodrigues [Brasil]
- Pilar Escariz [Argentina]
- Diego Sanabria
- Eduardo López del Hierro
- Inma Solís
- Miguel Mangas
- Miguel Houghton
- Pedro Garicano
- Andrés Menchero
- Michelle Ortiz [República Dominicana]