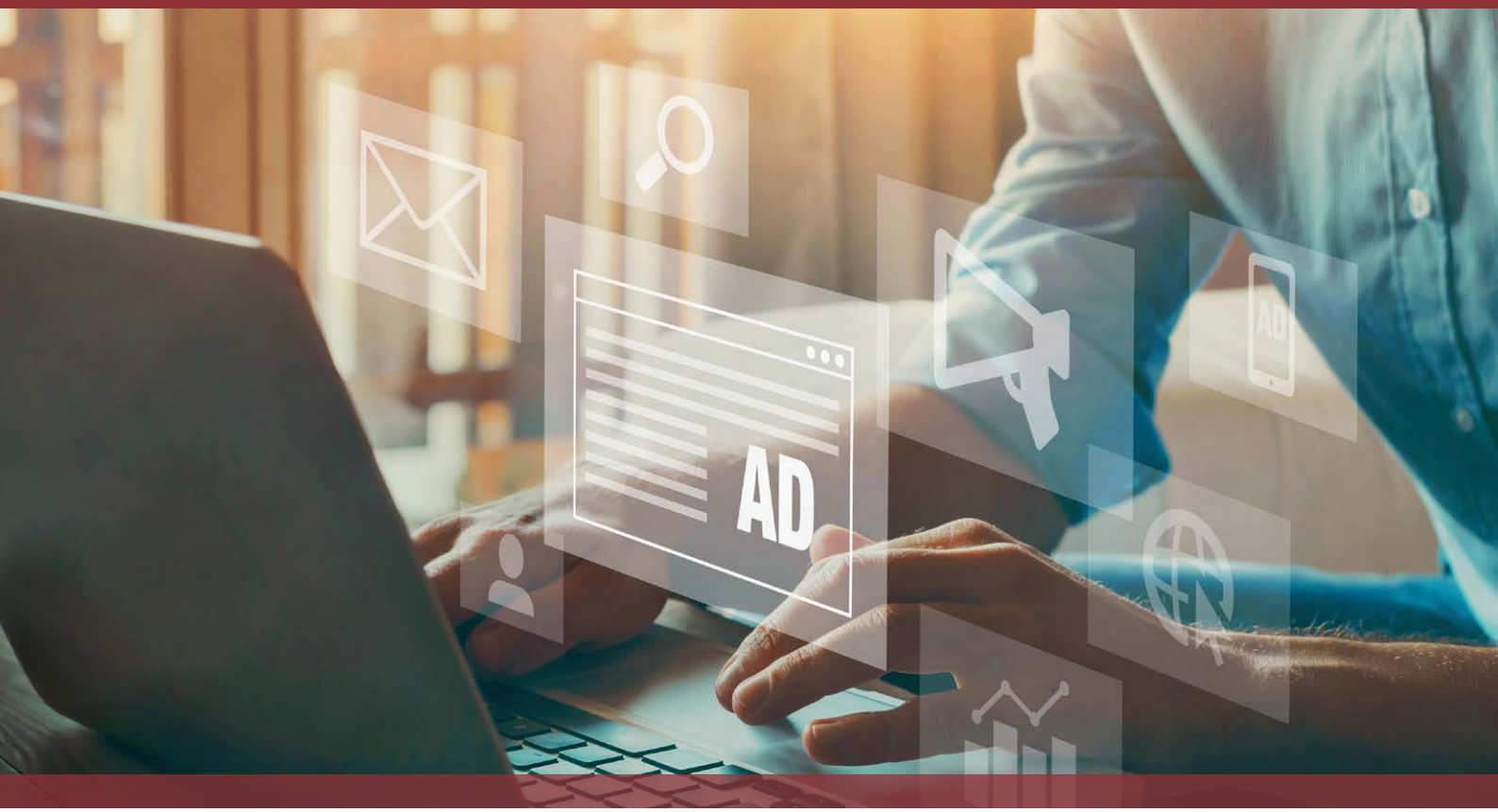
U·HEMISFERIOS | IMF Smart Education

Maestría en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital

Modalidad en línea, duración de un año

Resolución de aprobación CES: RPC-SO-12-Nº.342-2021



IMF Smart Education | UNIVERSIDAD HEMISFERIOS

Tu Universidad virtual, profundamente humana

Flexibilidad

Los tiempos continúan cambiando.

Optimizando el esfuerzo del alumno, UHemisferios IMF permite obtener tu maestría en apenas 12 meses y formándote desde cualquier lugar.

Nuestro diseño, organización, y plataforma en línea le dan la accesibilidad y flexibilidad que necesita. Siendo el gestor de sus tiempos, nosotros facilitamos las herramientas, el profesorado internacional, y los contenidos actualizados.

Uno de nuestros rasgos distintivos es nuestra capacidad para ofrecer programas ajustados a todas las necesidades y niveles.

¿Por qué Universidad Hemisferios IMF Smart Education?

Afrontar nuevos retos profesionales que permitan transformar el entorno en el que vivimos y desarrollamos nuestro trabajo, exige una sólida formación. Una formación innovadora y de calidad, cuya metodología centrada en el alumno atienda a las circunstancias personales y profesionales de aquellos que buscan alcanzar su mejor versión.

Universidad Hemisferios IMF Smart Education es la nueva plataforma de referencia para la Educación en línea en América Latina.

UHemisferios IMF asume los valores de IMF Institución Académica, líder europeo en la educación superior en línea y en español, que desde hace más de 20 años ya ha formado a más de 125.000 profesionales. Y de la Universidad Hemisferios, Universidad de inspiración católica, categoría académica, tono humano, solidaria y de amable libertad, que busca formar profesionales altamente calificados, que atienden a las necesidades de la sociedad ecuatoriana.

Lideramos E-learning

Lideramos las últimas tecnologías en formación a distancia.

UHemisferios IMF se ha sumado a las novedades en las tecnologías de la formación en línea. Disponemos de un innovador Campus Virtual para la formación en línea, donde de forma sencilla y amigable pueden acceder y seguir su programa formativo, revisar en todo momento los contenidos, conocer su avance y los objetivos de aprendizaje alcanzados, realizar casos prácticos y pruebas de nivel o exámenes. Siempre con el apoyo, acompañamiento y guía de su profesor o tutor.

Una visión profundamente humana

Tecnología al servicio del hombre

Con perspectiva humanística, UHemisferios IMF proporciona una formación integral mediante la enseñanza universitaria de calidad.

La Universidad Hemisferios se define por su tono humano, que determina un ambiente de amabilidad y actitud de servicio. Valores que UHemisferios IMF traslada a los procesos académicos, el acceso y uso de la tecnología, y la asistencia de profesores y tutores, que permiten integrar al alumno en una comunidad de aprendizaje real.

Maestría en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital

EN QUÉ CONSISTE LA MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN ESTRATEGIA DIGITAL

Los ecuatorianos continúan evolucionando en el consumo, compra y manejo de medios digitales, contando con más del 81% de los usuarios con acceso a internet (una de las más altas de Latam). Su uso se centra en redes sociales, por lo que se precisan profesionales capaces de desarrollar consumo y creación de contenido e información, permitiendo a las empresas y marcas integrar su oferta a plataformas digitales eficientes.

Con una inversión publicitaria digital superior a los 23,6 millones de dólares en 2020, y una facturación en redes sociales superior a los 3 millones de dólares, cada año, el sector crece por encima de los dos dígitos incrementándose exponencialmente el número de usuarios que realizan transacciones online.

MÚLTIPLES HABILIDADES QUE TE ABRIRÁN PUERTAS.

El presente programa busca que los egresados de la Maestría en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital conozcan y dominen los medios digitales y el entorno publicitario online para establecer la estrategia publicitaria más efectiva y conseguir así los objetivos de cada acción del Plan de Marketing. Además:

- Conocer el entorno de la comunicación digital como requisito previo para proponer estrategias certeras de marketing digital en base a la demanda actual del mercado.
- La importancia del buen posicionamiento de nuestras webs en los buscadores a través del conocimiento y aprendizaje de SEO (Search Engine Optimization).
- A gestionar campañas SEM y PPC. Marketing de pago en buscadores: Google Ads y Bing Ads.
- Analítica Web para la toma de decisiones y definición de los principales KPIS (Key Performance Indicators o Indicadores clave de rendimiento) y métricas para cada canal de la estrategia de marketing online.
- A llevar a cabo una optimización continua de la rentabilidad empresarial mediante analítica web, creación de Landing Pages y Tests A/B.
- Desarrollar estrategias de comunicación de Social Media. Gestionar las comunidades desde el puesto de Community Manager y medir resultados en Redes Sociales.
- Dominar las principales reglas y herramientas para un correcto Inbound Marketing (marketing de contenidos). Conseguir conversión desde el contenido de valor.
- Branded Content o Marketing de Contenidos como palancas fundamentales para conseguir el engagement de clientes y usuarios con las marcas.
- Gestionar campañas de email marketing, display y afiliación.
- Explorar las nuevas formas de consumo vía compra online aprendiendo a diseñar proyectos de e-commerce y negocios en el entorno digital.
- Crear campañas en Mobile Marketing, dominar la gamificación y el comercio electrónico (e-commerce). Elaborar estrategias social-local-mobile (SoLoMo).

Asignatura	Contenidos	Aprendizaje en contacto con el docente	Aprendizaje práctico-experimental	Aprendizaje autónomo
Ecosistemas de la comunicación digital	• Origen y estructura de internet. • La sociedad en red y los movimientos hacker, open source y creative commons. • La filosofía de internet como medio de comunicación: el Cluetrain Manifesto. • La dinámica de la web: participación, colaboración, opinión, compartición y viralidad. • Perfil de los usuarios digitales. • Internet y negocios: el long tail. • El entorno legal de la red.	24	2	94
Estrategia de Medios	• El entorno de la publicidad en los medios digitales. • La publicidad gráfica digital. • Modelos de contratación. • Compra programática de medios publicitarios. • Email marketing. • Marketing de afiliación.	24	2	94
Buscadores y analítica	• Funcionamiento de los buscadores. • SEO. • Implantación y explotación de campañas de PPC. • Desarrollo de landing pages y testing. • Analítica web.	24	2	94
Gestión de los Social Media	• El ecosistema de los social media. • Las plataformas de comunicación en social media. • Estrategia de comunicación en social media. • Analítica aplicada a los social media. • Community management.	24	2	94
Plan de Titulación	• Diseño e implementación de proyectos con componentes de investigación aplicada y/o de desarrollo. • Diseño y redacción de artículos profesionales de alto nivel. • Análisis de modelos prácticos para el desarrollo del examen de carácter complexivo.	48	4	188
Marketing en entornos móviles (Mobile Marketing)	• Tendencias de mobile marketing. • Publicidad gráfica en entornos móviles. • El marketing a través de apps. • Marketing directo en el móvil: códigos, cupones y mensajes. • Location marketing y social media en el móvil.	24	2	94
Marketing de relaciones	• Principios de la gestión de relaciones con clientes en el entorno digital. • Fundamentos del Social Media Intelligence. • Estrategia por públicos.	24	2	94
Desarrollo de Contenidos	• Introducción al marketing de contenidos. • Marketing Storytelling. • La blogosfera y los Content Management System (CMS). • Desarrollo y mantenimiento de un blog 3.0. • Videomarketing online: del viral a la webserie y el videostreaming. • Realidad virtual: Advergaming y metaversos. • Cocreación, comunidades virtuales y wikis. • Publicaciones digitales y elearning: del ebook a las newsletters. • Inbound Marketing.	24	2	94
Discurso, creatividad, diseño y experiencia digital	• Objetivos de la comunicación de marketing en el entorno digital. • Fundamentos y modelos del discurso persuasivo. • El modelo táctico Splendor. • Textos, imágenes y colores. • Nociones básicas de usabilidad y experiencia del usuario.	24	2	94
Comercio electrónico	• Objetivos e introducción al ebusiness. • Construir la tienda online. • Servicio, herramientas y software para la construcción de la tienda online. • Promoción de la tienda online: marketing digital. • Aspectos legales del comercio electrónico. • Medios de pago. • Cuadros de mando y KPIS. • Social commerce.	24	2	94
Deontología Profesional	• Visión humanista para la gestión técnica y ética profesional. • Ética del servicio público frente a los riesgos de arbitrariedad y abuso del poder. • Responsabilidad ética frente al cuidado medioambiental y otros problemas globales. • Alcance de la responsabilidad.	24	2	94

Metodología en línea

La metodología es 100% en línea, permitiendo interacciones en tiempo real entre docentes y estudiantes.

A través del Campus Virtual el alumno accede de forma sencilla, amigable e intuitiva, a todos los recursos y contenidos necesarios para alcanzar el desarrollo de las competencias y destrezas necesarias. Recursos didácticos que por su diseño optimizan el tiempo y así permiten alcanzar una experiencia de aprendizaje eficaz.

Siguiendo el diseño y la secuencia didáctica el alumno determina la carga y ritmo de trabajo, pudiendo en todo momento a través de la plataforma solicitar la guía y apoyo de los profesores y tutores.

El modelo se completa con tutorías, clases y experiencias prácticas virtuales en tiempo real, interaccionando el alumno con el profesor para desarrollar o profundizar aspectos prácticos y relevantes del contenido de la materia.

La maestría organiza las once materias de las que se compone, en dos periodos académicos ordinarios de 18 semanas de duración, por lo que el alumno dispone de cinco semanas para alcanzar los objetivos de aprendizaje de cada materia.

Las tutorías, clases y experiencias prácticas virtuales en tiempo real se imparten cada dos semanas, en jueves tarde, viernes tarde y sábado.

(* el horario se ajustará a la secuencia docente buscando ser compatible con la actividad laboral)

Salidas profesionales

El presente programa busca que los graduados de la Maestría en Gestión de Proyectos, sea capaz de asumir las funciones y retos propios de perfiles profesionales, tales como:

- Gerente de Marketing.
- Social Media Manager.
- Especialista en CRM.
- Experto en analítica web.
- Auditor SEO/SEM.
- Líder de proyectos de transformación digital.
- Especialista en Inbound Marketing.
- Director de Comunicación Digital.
- Content Manager y Copywriter.
- Programmatic Marketing Manager.
- Consultor independiente en Marketing Estratégico y Digital.
- Docente en áreas relacionadas.

Dirigido a

Licenciados e ingenieros en administración de empresas, marketing digital, negocios digitales, mercadeo, comunicación, publicidad desarrollo del emprendimiento, administración turística y hotelera, así como, ingenieros, sociólogos, psicólogos con formación en mercadotecnia y nuevos profesionales con experiencia acreditada relacionada con el marketing digital.

Título

- **Maestría en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital por la Universidad Hemisferios**
  (Posgrado autorizado por el CES y reconocido por SENESCYT).

Homologado

- Máster Profesional en Marketing y Comunicación Digital por IMF Smart Education por IMF Smart Education de España
- Social Media Manager por IMF Smart Education de España

  * Tasas de expedición de título no incluídas.

Ficha Técnica

Resolución de aprobación CES: RPC-SO-12-Nº.342-2021
Registrado en la SENESCYT

Modalidad:	En línea.
Duración:	12 meses, 1.440 horas.
Inversión:	7.600 USD.
2 Convocatorias anuales:	Abril y Octubre.
Descuento:	5% por pago al contado.
Facilidades de financiación:	Sí.

Perfil de ingreso

Dada la naturaleza del programa, accederán titulados de tercer nivel de grado.

Con carácter preferente acceden aquellos profesionales cuyos títulos pertenecen al campo amplio de la Administración de acuerdo con la nomenclatura de títulos profesionales y grados académicos.

Otros profesionales que tengan título de tercer nivel de grado en un campo amplio distinto, acreditando experiencia profesional en cargos relacionados con la mercadotecnia en diferentes tipos de organizaciones, empresas e industrias, también pueden acceder a la maestría.

Admisión

Documentos necesarios para la admisión:

- Copia del título de tercer nivel de grado en la SENESCYT.
- Copia de documentos personales: cédula.
- Curriculum Vitae u hoja de vida.

Para más información sobre admisión y matrícula escribe a:
info.global@imf.com

Pide informacion en:
https://globalimf.com.ec/uhemisferios/

U·HEMISFERIOS | IMF Smart Education

Sede en Quito de UHemisferios IMF

022467058

info.global@imf.com

www.globalimf.com.ec/uhemisferios

Urbanización Ana Luisa
Calle Manríque Lara N40-386 y Calle Miguél Albornoz
Sector Batán Alto
Quito (Pichincha)
Ecuador

U·HEMISFERIOS | IMF Smart Education

© IMF GLOBALUNIVERSITY IGLOBALU COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA. Todos los derechos reservados