

MÁSTER EN MARKETING DIGITAL [MMD]



+ 55 años

formando profesionales globales en marketing, management y tecnología

Fundada en 1965 con la misión de formar profesionales que den respuesta a las necesidades cambiantes de la Empresa y la Sociedad desde un punto de vista ético. Nuestra alta vinculación con el entorno empresarial nos ha facilitado enlazar docencia y realidad empresarial, dotando a todos los programas de la flexibilidad que permite al alumnado salir de nuestras aulas realmente capacitado para enfrentarse a los retos actuales de organizaciones modernas con posibilidades reales de éxito, siendo además motores de cambio en las mismas.

Son más de cinco décadas en las que hemos generado programas innovadores impartidos por un profesorado cualificado de excelente perfil académico, probada experiencia docente y reconocida trayectoria profesional. Además, promovemos un elevado número de actividades donde contamos con la presencia de relevantes miembros de la empresa: conferencias, foros, masterclass, practice days, etc.



+62.000
Antiguos
alumnos



11 Campus en España
y alianzas estratégicas
en 5 continentes



Acuerdos con
+125 universidades



Primeras posiciones
en rankings
empresariales

La calidad de nuestros programas está avalada por acreditaciones y certificaciones nacionales e internacionales:



Rankings y Reconocimientos

[Posicionados entre los mejores]

Importantes medios de comunicación nacionales e internacionales, así como otras instituciones de prestigio, han reconocido la calidad de los programas de ESIC, premiando su liderazgo y situándolo en las primeras posiciones de múltiples rankings.

Forbes				ELMUNDO				Bloomberg Businessweek			
1	1	1	1	1	1	3	4	23			
España Nuevos graduados y jóvenes profesionales		España Directivos de alto nivel		España MBA		España Programas Executive		España Marketing			
España Comercio Exterior		España Recursos Humanos		España Comunicación Corporativa		Europa Escuela de Negocios					
											
12	34	34	34	50	51	64	51	40	87		
Europa Logística		Europa Executive MBA		Europa Business Analytics		Europa Marketing		Europa Management			
Europa MBA		Europa Finanzas		Global MBA especialidad en Marketing		Global Escuela de Negocios		Global Escuela de Negocios			
											
5				19		37	41	47	49	85	
Global Mayor selección de programas en áreas de Marketing, Tecnología y Ventas				Global Escuela de Negocios		Global Executive MBA		Global Management		Global Marketing	
Global Finanzas		Global MBA		Global Escuela de Negocios		Global Executive MBA		Global Finanzas		Global Escuela de Negocios	
											
4	24	30	41	1	5		5				
Global Finanzas		Global MBA		Global Escuela de Negocios		Global Executive MBA		Ibero América Marketing Digital Online		Ibero América Centro de Formación Online	
Ibero América Innovación Digital		Ibero América Innovación Digital		Ibero América Innovación Digital		Ibero América Innovación Digital		Ibero América Innovación Digital		Ibero América Innovación Digital	
											
2				2		2		57			
España Empresa con mayor reputación en el Sector Formación				España Universidad y Escuela de Negocios con mayor capacidad para atraer y retener talento		España Universidad y Escuela de Negocios en Responsabilidad y Gobierno Corporativo		España Eduardo Gómez Martín, Director General de ESIC, Líder de empresa			

MÁSTER EN

MARKETING DIGITAL [MMD]

PROPÓSITO DEL MÁSTER

Programa integral que cubre formación estratégica y financiera, áreas de desarrollo personal orientadas a la gestión del cambio (transformación e innovación digital) y todas las disciplinas del marketing digital con el fin de que el alumno pueda adquirir el conocimiento nativo de esta especialidad, esté capacitado para ejecutar proyectos de marketing digital especializados o multidisciplinares y pueda tomar decisiones de negocio generadoras de valor para las compañías, en un entorno VUCA. Además incluye la posibilidad de que el alumno a través de los 4 créditos elegibles adapte el programa a sus circunstancias o planes personales.

DIRIGIDO A

- > CMO / Directores de Marketing / Responsables de Marketing.
- > Brand Manager / Responsables de producto.
- > Director Comercial.
- > Director de Comunicación.
- > Consultores de negocio comunicación.
- > Profesionales de agencias digitales, tradicionales o relacionales.
- > Responsables de tecnología.
- > Community Managers y Online Reputation Managers.
- > Gerentes de Pymes.
- > Emprendedores.

COMPETENCIAS PERSONALES

- > Conocer, integrar y aplicar los conceptos y herramientas clave que permitan desarrollar estrategias y planes de marketing digital para lograr los objetivos de negocio de las empresas B2B o B2C.
- > Desarrollar una visión global de las múltiples disciplinas de marketing digital que permitan implementar planes y acciones tanto a nivel local, como global.
- > Liderar proyectos de marketing digital como: CRM, E-Commerce, Social Media, Marketing de buscadores (SEO/SEM), Web y Apps, planificación de la inversión de la publicidad en medios digitales, campañas de marketing digital, análisis e inteligencia de mercado, ect.
- > Desarrollar planes de publicidad y comunicación digital efectivos que demuestren el conocimiento de las últimas tendencias y las nuevas herramientas online que están cambiando la forma de aplicar el marketing y cómo medir la eficacia de estas acciones digitales.

htel

14
Sunda

PERFIL DE SALIDA

- > Digital Marketing Manager // Responsable marketing digital.
- > Social Media Manager.
- > SEO/SEM Manager.
- > Digital User Experience Manager.
- > Digital Communication Specialist // Responsable comunicación digital.
- > E-Commerce Manager // Director de comercio electrónico.
- > Digital Account Manager // Responsable de cuentas digitales.
- > Responsable de Medios Digitales.
- > Lead or Adquisition Specialist. Experto en adquisición de leads o tráfico.
- > Content Marketing Manager & Social media Managers.
- > Emprendedores o Empresarios, que quieran usar el MKT Digital para mejorar la presencia y ventas de su empresa.

Convértete en pieza clave en el diseño e implementación de potentes estrategias de marketing digital dentro de tu empresa.

Una vez puesta en marcha, no tendrás ningún problema para identificar e implementar las métricas (KPI'S) que te permiten monitorizar en tiempo real todas y cada una de las campañas de un plan de marketing, pudiendo hacer pequeños ajustes y variar el rumbo de una forma que era impensable hasta hace no mucho tiempo.



Doble titulación europea ESIC y FEDMA

Una oportunidad para convertirse en un profesional de la Economía Digital certificado en toda Europa.

- › Máster en Marketing Digital otorgado por ESIC Business & Marketing School.
- › European Diploma in Customer Experience Management otorgado por FEDMA, Federation of European Direct and Interactive Marketing.

FEDMA
Federation of European Data and Marketing

¿POR QUÉ MMD?

OBJETIVOS:



Cubrir las nuevas demandas de marketing digital del mercado con un enfoque práctico que permite a los alumnos dominar y aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo del Máster.



Preparar a los alumnos para un nuevo entorno digital de intenso cambio y capacitarlos para los nuevos retos a los que se enfrentan las empresas en un mercado digital donde la transformación y la innovación son constantes.



Obtener las habilidades y conocimientos clave para crear, desarrollar y evaluar un plan de marketing digital completo que incluya fases críticas: estrategias online, comunicación digital, planes de acción, planificación de medios, análisis de competencia de cliente y de entorno, etc. que les permitirá afrontar los desafíos de las empresas en el contexto actual y futuro.



Desarrollar la habilidad y la capacidad de aprender una disciplina dinámica a través de la investigación, la identificación de fuentes de información, la identificación de las principales herramientas, etc.

FACTORES DIFERENCIALES:



MODELO DE APRENDIZAJE

Basado en casos reales de marcas que se integran en la formación práctica a lo largo de todo el máster.



MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA DIGITAL

Evolución de la metodología y contenidos con la máxima actualización.



DOBLE TITULACIÓN ESIC Y FEDMA

(Federación Europea de Marketing Directo).



INVESTOR MEETING



POSIBILIDAD DE GESTIONAR DUAL DEGREE CON PARTNERS INTERNACIONALES DE LA ESCUELA



SOPORTE DE PLATAFORMA DE E LEARNING



MENTORING PARA PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO



EMPLEABILIDAD Y NETWORKING

(prácticas curriculares no obligatorias)



METODOLOGÍA TRANSFORMATIVE LEARNING BASADA EN EL PROTAGONISMO DEL ALUMNO

TRANSFORMATIVE LEARNING

Bienvenidos a la metodología educativa inspirada en el mundo real.

Una metodología propia de ESIC que persigue tu desarrollo profesional y personal y que te garantiza la misma experiencia y excelencia académica dentro del doble escenario, físico y digital, en el que puedes moverte. Aprendizaje mixto y flexible en un permanente training.











METODOLOGÍA

Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?

-  Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.
-  Sesiones online síncronas
-  Autoevaluación
-  Aplicación de casos de estudios y retos
-  Apoyo tutorizado y feedback
-  Actividades prácticas y experienciales
-  Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales
-  Proyecto final tutelado



ESTRUCTURA ACADÉMICA

El MMD es un máster de 60 créditos, para cuyo desarrollo es necesario abordar:

1

ASIGNATURAS DE MANAGEMENT

- Innovación en un mundo de disrupción
- Pensamiento crítico y el arte de la toma de decisiones
- Liderazgo consciente
- Comunicación persuasiva
- La empresa como ciudadano global y ético
- Estrategia empresarial en entornos globales

2

ASIGNATURAS DE ESPECIALIZACIÓN

Asignaturas de categoría

- Finanzas para la dirección de marketing: Creación de valor para Stakeholders
- Metamorfosis digital: El factor tecnológico
- Marketing estratégico
- Sentir y escuchar al mercado

Asignaturas específicas

- Planificación de medios digitales
- Mix de medios en campañas digitales
- SEM
- Redes Sociales
- SEO
- WEB/APPs
- Tecnología de Marketing aplicada al cliente
- CRM
- Proyecto de e-commerce

3

ASIGNATURAS ELEGIBLES

Asignaturas y actividades formativas que complementan la experiencia curricular del estudiante:

Cursos, Study tours internacionales, experiencias empresariales, asignaturas avanzadas en herramientas de gestión para preparación de certificaciones, etc.

4

TRABAJO FIN DE MÁSTER

El trabajo es un **proyecto empresarial real** que supone un desafío en el que el estudiante de manera transversal, debe demostrar que se han cumplido los objetivos de aprendizaje y desarrollado todas las competencias adquiridas durante el programa.

60
Créditos
Totales

1 ASIGNATURAS DE MANAGEMENT

INNOVACIÓN EN UN MUNDO DE DISRUPCIÓN

Esta asignatura pondrá su foco en cómo generar y alentar oportunidades de negocio pensando de manera diferente a los planteamientos actuales de los negocios. El módulo pondrá la innovación en el centro de la creación de valor de las compañías dentro del entorno disruptivo y de aceleración exponencial actual.

PENSAMIENTO CRÍTICO Y EL ARTE DE LA TOMA DE DECISIONES

Ayudar al estudiante a diferenciar entre síntomas de problemas y los propios problemas para poder identificar aquellas decisiones que tengan un mayor impacto en el negocio, minimizando el esfuerzo y coste organizativo, de tiempo y financiero. Asimismo, dotar de las herramientas de análisis necesarias para poder cuantificar dichos problemas diferenciando aquellos que son de negocio/de dinero de los que son problemas personales/ organizativos. Parte integral del módulo consistirá en desarrollar las habilidades técnicas que permitan la toma de decisiones en la ausencia de información perfecta.

LIDERAZGO CONSCIENTE

El entorno y organizaciones actuales requiere de un liderazgo adaptativo que considere no solo los aspectos externos sino el perfil personal del directivo. Dentro de ellos, las habilidades de comunicación y escucha (feedback) son cada vez más importantes en entornos plurales, multiculturales y globalizados. Durante esta asignatura los estudiantes aprenderán a conocer su estilo de liderazgo y cómo ejercerlo en entornos diferentes. Así mismo deberán conocer y usar los elementos y estructuras fundamentales para construir mensajes claros e irresistibles que les permita aproximarse a la comunicación con más confianza y saber gestionar de manera efectiva situaciones de duda, preguntas o confrontación.

COMUNICACIÓN PERSUASIVA

El contexto actual modifica la forma de comunicarnos y de interactuar, la diversidad de personas a las que nos dirigimos, como los medios a usar para transmitir los mensajes, compartir, influir y conseguir nuestro propósito, ponen de manifiesto la importancia de tomar conciencia de nuestro estilo e impacto de comunicación, siendo clave el conocer las herramientas y metodologías que nos hagan más flexibles para adaptarnos a cualquier situación e interlocutores sin perder impacto.

LA EMPRESA COMO CIUDADANO GLOBAL Y ÉTICO

El propósito de esta asignatura es desarrollar las competencias y conocimientos necesarios para que nuestros alumnos tomen decisiones empresariales y actúen de forma ética y responsable con la sociedad, el medio ambiente, la persona y los diferentes stakeholders en un entorno global y multicultural aplicando altos estándares de respeto por los valores humanos y la diversidad cultural. Además, se desarrollarán competencias y conocimientos para poder medir el impacto económico de las mismas, tanto si se toman como si no se toman.

ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN ENTORNOS GLOBALES

El propósito de esta asignatura es iniciar el desarrollo del pensamiento estratégico de la empresa, cuáles son sus elementos fundamentales y de los elementos necesarios para entender el entorno actual y el venidero.

2 ASIGNATURAS DE ESPECIALIZACIÓN

Asignaturas de categoría

FINANZAS PARA LA DIRECCIÓN DE MARKETING: CREACIÓN DE VALOR PARA STAKEHOLDERS

Estructura de los principales Estados Financieros: Balance y Cuenta de Resultados. Interpretación de información financiera y contable. Conceptos básicos de Ingresos y Costes y su clasificación. Principios básicos de monetización de servicios. Ratios Financieros y de Rentabilidad. Planificación y Control de los Presupuestos.

METAMORFOSIS DIGITAL: EL FACTOR TECNOLÓGICO

Las empresas más innovadoras utilizan las tecnologías emergentes, —Inteligencia Artificial, Internet de las cosas, Blockchain, entre otras—, así como los datos y las metodologías ágiles para desarrollar nuevos productos y servicios, modelos de negocio y experiencias de cliente. Estas empresas se han transformado digitalmente haciendo de los datos el motor de sus operaciones y consiguiendo fuertes ventajas competitivas que pueden llegar a producir grandes disrupciones en los mercados y cambios profundos en la industria. Sin embargo, en este proceso la tecnología es un elemento muy importante pero no es suficiente. El éxito radica fundamentalmente en la adecuada formulación de la intención estratégica y no en las tecnologías individuales, así como en la capacidad de reinventar digitalmente el negocio apoyada por líderes que fomenten una cultura capaz de cambiar e inventar lo nuevo, de asumir riesgos y de gestionar adecuadamente el talento. En esta asignatura se explora la forma en que las estrategias pueden mejorarse mediante la introducción de nuevas tecnologías, el conocimiento de éstas, el uso de los datos para la toma de decisiones, el cambio organizativo y cultural que deben afrontar las empresas para garantizar el éxito en esta metamorfosis digital que para algunas empresas podría llegar a suponer su desaparición.

MARKETING ESTRATÉGICO

Análisis de los principales factores que facilitan la comprensión del escenario en el que la empresa compete: La persona como sujeto que consume, la persona como objetivo del consumo, el comportamiento de compra de las organizaciones. Mercado y Competencia. Segmentación, Targeting y Posicionamiento. Omnicanalidad. Brand Management.

SENTIR Y ESCUCHAR AL MERCADO

Escuchar y sentir al mercado es una competencia fundamental de las organizaciones actuales. Siempre ha sido importante, pero cada vez más las necesidades de los clientes evolucionan más rápidamente. Piensa en el contexto actual, ¿puedes identificar algún aspecto que esté impactando en las expectativas y los comportamientos de los consumidores? Seguro que no te cuesta mucho identificar algunos, ya que recientemente estamos viviendo una de las mayores transformaciones y cambios en nuestro estilo de vida a nivel global. Pero más allá del Covid19 o de cualquier otro cambio estructural que afecte a la sociedad, existen además infinidad de pequeñas evoluciones que hacen que las necesidades, expectativas y comportamientos de los clientes se modifiquen. Las compañías que quieran diferenciarse de sus competidores y lograr la preferencia de sus consumidores, deberán estar atentas a estos cambios, y contar con las herramientas y metodologías que les permitan identificarlos y reaccionar de forma rápida y acertada. Escuchar y sentir al mercado es el conjunto de técnicas, instrumentos y metodologías que nos permitirán entender y reaccionar a las necesidades de los clientes de forma ágil, y adaptar nuestras estrategias de marketing en base a los insights obtenidos.



2 ASIGNATURAS DE ESPECIALIZACIÓN

Asignaturas específicas

PLANIFICACIÓN DE MEDIOS DIGITALES

Comprendiendo los porqués de la planificación, podremos utilizar todas las posibilidades publicitarias que nos brinda el entorno digital (SEM, Display, Publicidad Nativa y Branded Content), las diferentes opciones de compra (directa y programática), modelos de comercialización, y las herramientas concretas, tanto el adserver como las necesarias en la compra programática, como el DSP -Demand Side Platform- o el SSP -Supply Side Platform-, y los proveedores de información específica, como Comscore, GfK u OJD Interactiva.

MIX DE MEDIOS EN CAMPAÑAS DIGITALES

La asignatura mix de medios digitales, permite al alumno entender cómo conectar la etapa táctica con el resto de la planificación estratégica, así como afrontar con garantías el proceso de definición de un mix óptimo de medios digitales, teniendo en cuenta, que dicha optimización será válida sólo en el momento de dicha planificación, puesto que la misma estará en una constante evolución basada en la recopilación de datos de la campaña precedente, su análisis y la toma de decisiones basada en dichos datos para la siguiente optimización del mix de medios digitales.

SEM

El principal buscador a nivel mundial, Google, ofrece una herramienta muy potente que une distintos formatos y plataformas a través de la cual se puede hacer publicidad en distintas etapas del customer journey; Youtube, la GDN, Shopping, Google Play, Google Maps, los resultados de Google y sus socios entre otros, permiten alcanzar distintos objetivos de tráfico, branding y visibilidad, conversiones, entre otros.

REDES SOCIALES

Esta asignatura está planificada para que los alumnos aprendan a gestionar la actividad que las marcas deben llevar a cabo en el entorno social media (SMP: social media plan) y cómo este plan debe compatibilizarse con el resto de las acciones digitales que realizan las compañías para alcanzar diferentes objetivos. Los alumnos aprenderán a diseñar y planificar una estrategia social media que incluya desde la determinación de los objetivos, la selección de las redes sociales, la inclusión de los diferentes activos que intervienen en la publicación de contenidos, pasando por la diferenciación entre contenidos orgánicos y de pago.

SEO

La asignatura de SEO permite al estudiante entender la importancia estratégica del canal, su papel dentro de la estrategia global de marketing digital, el funcionamiento de los motores de búsqueda, los criterios principales de los algoritmos y, en resumen, la construcción de activos digitales optimizados tanto para las intenciones del mercado como para los principales buscadores.

WEB/APPS

Esta asignatura permite al estudiante conocer las principales metodologías de desarrollo existentes, entender el concepto de diseño centrado en el usuario y descubrir las etapas que deben realizarse para construir soluciones técnicas de calidad; desde la investigación al prototipado, el diseño, su desarrollo y programación hasta la puesta en producción. Pero, sobre todo, entender su importancia estratégica en la visión global del marketing digital como plataforma principal de conversión y relación con cliente.

TECNOLOGÍA DE MARKETING APLICADA AL CLIENTE

En un mundo cambiante, con plataformas de comunicación que nacen continuamente, con códigos y formatos siempre novedosos ¿qué puede hacer una empresa para conseguir mantener su relación con sus potenciales clientes? ¿Cómo ser creíble? ¿Cómo ser conocido? En esta unidad vamos a descubrir metodologías que nos van a permitir entender la comunicación y el alcance de los objetivos de negocio respondiendo a la necesidad, utilizando los datos del buyer y utilizando distintas herramientas de una forma que se adapten al ciclo natural de compra.

CRM

La filosofía CRM pone en el centro al cliente, de modo que la gestión de las relaciones con él sea óptima para el fin de captarlo y fidelizarlo. Entender plenamente el ciclo de vida de la relación, las distintas fases, la importancia de tomar decisiones basadas en datos y no en emociones es fundamental. Las herramientas CRM sirven a ese propósito con una aproximación operativa. En un mundo global, las carteras de clientes se hacen cada vez más grandes y complejas. Es necesario gestionarlas con criterios marketinianos de excelencia.

PROYECTO DE E-COMMERCE

En un mercado en el que las estrategias digitales en general, y el comercio electrónico en particular, se han convertido en un componente clave del negocio para asegurar la viabilidad y estabilidad del mismo, conocer cómo diseñar, desarrollar y ejecutar con éxito la estrategia eCommerce de la compañía es una de las claves esenciales para obtener éxito en un mercado global altamente competitivo.



3 ASIGNATURAS ELEGIBLES

Asignaturas o actividades de libre elección por parte del alumno para personalizar una parte de su máster y así completar su desarrollo competencial. Se pueden elegir asignaturas relacionadas o no con su disciplina, vivir una experiencia internacional o prepararse para una certificación.

Será posible cursar las asignaturas elegibles en inglés o en español y seleccionar las que más interés tengan para el alumnado, independientemente de la categoría del programa que esté cursando. Existen dos niveles por cada asignatura elegible; nivel esencial o nivel avanzado, que dependerá del contenido del programa.

Las elegibles permiten complementar el aprendizaje de los programas, donde el alumnado podrá elegir entre 3 opciones:

- Asignaturas elegibles de cualquier categoría

MANAGEMENT	<ul style="list-style-type: none"> Gestión e inversión en activos financieros El viaje de emprender Re & Upskilling: aumentando tu eficacia profesional Cómo hacer global un negocio
MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> Marketing Digital Marketing Automation para el Marketing Operativo Branding con propósito Ventas 4.0: nuevos modelos digitales
TECHNOLOGY	<ul style="list-style-type: none"> Ciberseguridad esencial para Directivos no técnicos Big Data e IA esenciales para Directivos no técnicos Internet del Valor (Tecnologías para Directivos no técnicos) La empresa 4.0: Automatización de procesos (RPA)

- Asignaturas que preparan para una certificación*

El alumnado podrá elegir entre:

	Categoría	Idioma
Google tools for decision making (Google Tools)	Marketing	ES/ENG
Software for Smart Marketing (Hubspot Software Marketing)	Marketing	ES/ENG
Advanced Marketing (CIM - Chartered Institute of Marketing)	Marketing	ENG
Advanced Client Management (Salesforce Administrator)	Marketing	ES/ENG
Scrum in practice (Professional Scrum Máster Certification -PSM)	Management	ES/ENG
Analytics (Certificate Program)	Management	ES/ENG

*No incluye las tasas de exámenes para la obtención de ninguna certificación, ni tutorización individual CIM.

- Experiencia académica internacional

Consiste en la inmersión académica de una semana, en uno de los destinos abajo citados, que se realizará durante el transcurso del máster. Si el máster incluye viaje curricular propio, no se podrá acceder al Business Study Tour.

BUSINESS STUDY-TOUR



Washington (US)

Understanding today's Business Environment



Miami (US)

Digital Business Innovation in US



London (UK)

Collaborative Innovation from the Marketing Perspective



Shanghai (China)

Understanding today's Business Environment



Mérida (México)

Innovación y sostenibilidad en los negocios

*Plazas sujetas a disponibilidad y destinos sujetos a cambio. Precios y condiciones a consultar. / Places subject to availability and destinations subject to change. Prices and conditions: more information on request.

4 TRABAJO FIN DE MÁSTER

El trabajo es un **proyecto empresarial real** que supone un desafío en el que el estudiante de manera transversal, debe demostrar que se han cumplido los objetivos de aprendizaje y desarrollado todas las competencias adquiridas durante el programa.

> Trabajo individual.

El alumnado aplicará los conocimientos y la experiencia adquiridos en el programa realizando un digital marketing plan.

CLAUSTRO DE PROFESORES Y PONENTES INVITADOS

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Visconti Caparrós, José María

PhD (c) en el Programa de Economía y Empresa, Universidad Autónoma de Madrid. Postgrado en Dirección Comercial, ESADE. Postgrado en Derecho Laboral, Escuela de Práctica jurídica de Madrid. Licenciado en CCEE, Universidad Autónoma de Madrid. Licenciado en Derecho, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director de Másters en ESIC en las áreas de Marketing Digital y Negocio Digital. Anteriormente: Senior Advisor en la consultora de innovación digital Opinno.

Balsera García, Manuel

PhD (c) en Filosofía, Universidad CEU San Pablo. Programa de Desarrollo Directivo, IESE Business School. Licenciatura en Derecho, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Managing Director AMC Networks SE and Executive Vice President, AMC Networks. Member Board Of Directors, Dreamia, Serviços de Televisão, S.A. Anteriormente: Co Founder, Seed Creative & Digital Capital. Member Board Of Directors, The History Channel, Iberia B.V. Co Founder & President, Worktel. Founder, iTrain Global. Co founder y presidente del consejo, Ron Occidens. Senior Vice President AMCNISE, AMC Networks International Southern Europe. Founder, Start Digital Media Capital. Director de marketing, comercial y new media, AMC Networks International Southern Europe. CMO-Director de marca, medios y publicidad, ONO. CMO Dircom, Grupo General de Aguas-Vivendi. Communication Services Director, Ruiz Nicoli/Clack.

Sáez Vila, Alberto

Máster Europeo de Marketing en Internet y Publicidad Digital, ICEMD. Master en Dirección Comercial y Marketing, CESMA. Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Gerente Comunicación Digital, Repsol. Anteriormente: Gestor de Publicidad y Marketing, Autoclub Repsol. Responsable Comercial, Adecco. Gestor de Marketing y Comunicación Digital, Caja Madrid. Consultor Comercial y de Estrategia de negocio, Netjuice Consulting.

Soto Nadal, Antonio

Master in Digital Business, ESIC Business & Marketing School. Ingeniería de Telecomunicaciones, Universidad Politécnica de Cartagena. Actualmente: Director de Negocios Globales, Pikolinos. Anteriormente: Director de comercio electrónico, digital y medios, LG Electronics. Responsable de e-Commerce - División de Lujo, L'Oréal. Responsable de e-Commerce - categoría no alimentaria, Carrefour. Responsable de e-Commerce & SEO, Decathlon Internacional.

Lobo Gómez, Rubén

Executive MBA, Universitat de Barcelona. Licenciatura en Económicas, Universidad CEU San Pablo. Actualmente: Responsable CRM, Bankinter.

Ferrero Navarro, José Luis

PhD en Ética Empresarial, Universidad de Navarra. Licenciado en Derecho, Universidad de Navarra. Actualmente: Director, GrupoNube. Anteriormente: Director de Marketing y RRHH, 3TControl Precision Systems, Grupo Heraldo.

Muñoz García, Juan Carlos

Máster en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director de Marketing Digital y CRM, Volvo Car España.

Mas Gómez, Alejandro Antonio

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. Actualmente: Socio Director de Experiencia Digital, Good Rebels. Anteriormente: Director General, Ideup!. Vicepresidente, aDigital.

García Blanco, Marcos Antonio

Máster en Publicidad y Medios publicitarios, ESIC Business & Marketing School. Diplomado en Marketing y Publicidad, CENP. Actualmente: Director Ejecutivo y Socio, Gestazion.com. Advisor y miembro del Consejo de Advisors, Ufounders. Anteriormente: Socio Fundador, Recetizate.com. CEO, MMBB Group. Director Creativo Online, Agencia Sheridan. Director de Arte on line, Teknoland.

Tomás Jodar, David

Ingeniería, Universitat Politècnica de Catalunya. Actualmente: Cofundador / Chief Empathy Officer, Cyberclick. Business Angel y Mentor de Startups. Autor ""La empresa más feliz del mundo"" y ""Diario de un Millennial"". Anteriormente: Board Member, Deporvillage.com.

Bartumeus Rosés, Álex

Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Universitat Autònoma de Barcelona. Actualmente: Chief Digital Officer, McCann Barcelona. Anteriormente: Managing Director, MRM//McCann. Director, Consumer Lab (McCann Worldgroup). Consultor Senior HR (Online Marketing & Digital), Blackbox Europe BV. Consultor de RRHH, AQUENT. Fundador - Project Manager, Prodimedia. Responsable del Dept. Multimedia, Network Digital Publishing.

Aguilar García, Jorge Juan

Máster en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: CMO, Shapelets. Socio Consultor, Marshals. Anteriormente: CMO, Sum. Cofundador & CEO, Agencia Digital Co. Managing Director, Concert Music Entertainment. Director de Desarrollo de Negocio, Mix Radio. Jefe de Servicios y Venta Digital, Telefónica.

Alcocer Fernández-Pinilla, Antonio

PhD en Economía y Finanzas, Universidad Europea de Madrid. Máster en Finanzas, Universidad Pontificia de Comillas ICAI-ICADE. Master of Science, University of Birmingham. Ingeniería Industrial, Universidad Pontificia de Comillas ICAI-ICADE. Actualmente: 360° Business Consultant & Change Agent Director, Alcocer&Co. Presidente & Fundador, Minds4change. Anteriormente: Director de Estrategia Internacional y Desarrollo de Negocio, Agrolimen S.A. Director de Estrategia y Desarrollo de Negocio, Vitelsa. EMEA Estrategia y Desarrollo de Negocios, Sony.

Álvarez Teruel, Cristóbal

Máster en Comunicación Estratégica y Digital, Universidad de Alcalá. Master en Marketing Internacional Unión Europea y China, Universidad Rey Juan Carlos. MBA, UNED. Master en Comunicación y Medios, Universidad CEU San Pablo. Actualmente: CEO, Social & Sons. Anteriormente: Director de Marketing y RRSS, OGILVY.

Bartumeus Rosés, Álex

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente: Chief Digital Officer, McCann McCann Worldgroup. Anteriormente: Managing Director, MRM//McCann.

Calvo Mangas, Carlos

Máster en Organización Eventos, Convenciones, y Congresos, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Pontificia de Salamanca. Actualmente: Digital Account Director & Digital Strategist, DDB. Anteriormente: Digital Manager, Nestlé. Social Media Strategist, McCann.

Carranza Portugal, Fernando

PDG-Programa para la Dirección General, IESE Business School. Master en Marketing y Comunicación, ESMA. Licenciado en Empresariales, ESMAI. Licenciado en Ingeniería Naval, ESNA. Anteriormente: Director Corporativo Comercial y Marketing, Vithas. Director Marketing Europa & Australasia, Best Doctors. Director de Marketing, DaimlerChrysler España.

De Arancibia Román, Begoña

Máster Europeo en Marketing en Internet y Publicidad Digital, ESIC Business & Marketing School. Licenciada en Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Anteriormente: Community Manager, MiVino-Vinum. Social Media Manager, Arista. Social Media Manager, Bacaam Comunicación.

De Ramón Fors, Javier

Máster en Marketing, Relacional, Directo e Interactivo, ICEMD. Executive MBA, EADA. Master Universitario SIC (Sociedad de la Información y el conocimiento), UOC. Licenciatura en Matemáticas, Universidad de Barcelona. Actualmente: Director General, Equivalenza. Anteriormente: Director CRM y Servicios de Marketing, Fira Barcelona. Program Manager NPS, CRM & Change Management, ADP ESI/Streamline. Manager Procesos, Aplicaciones y Atención al cliente 2.0, Vueling. Responsable de CRM, Clickair. Responsable desarrollo y tecnología Microsoft, Vueling. Jefe Proyecto, Setting Consultoría.

De Torres Pachón, Alberto

PDD, IESE Business School. Executive MBA, IE Business School. Master Technology and Digital Business, Universidad de Deusto. Grado en Ciencia de Datos Aplicada, Universidad Oberta de Cataluña. Licenciado Commercial and Marketing, ESIC Business & Marketing School. Bachelor Business Administration, Humberstone University. Actualmente: CEO, Nektiu. Anteriormente: Director Área eServices TECNALIA Research & Innovation.

Dell Oro, Luca

FHEA, Advanced Higher Education. Executive MBA, IMD. Máster y Licenciatura en Marketing y Ciencias Económicas (especializado en Marketing internacional), Universidad Bocconi. Actualmente: CEO, Goldgroup. Anteriormente: Director de Marketing, Nestlé S.A.

Ferrero Navarro, José Luis

PhD en Ética Empresarial, Universidad de Navarra. Licenciado en Derecho, Universidad de Navarra. Actualmente: Director, GrupoNube. Anteriormente: Director de Marketing y RRHH, 3TControl Precision Systems, Grupo Heraldo.

Fuentes Santos, Paloma

Máster en Marketing de Comercio Internacional, ESIC Business & Marketing School. Programa de Negocios Internacionales, ESDS Business School. Máster en Marketing Digital, KSchool. Actualmente: Global Digital Manager, Starcom. Anteriormente: Especialista en Programación, OMD España. Product Manager para el mercado asiático, MANGO.

García Blanco, Marcos Antonio

Máster en Publicidad y Medios publicitarios, ESIC Business & Marketing School. Diplomado en Marketing y Publicidad, CENP. Actualmente: Director Ejecutivo y Socio, Gestazon.com. Advisor y miembro del Consejo de Advisors, Ufounders. Anteriormente: Socio Fundador, Recetizate.com. CEO, MMBB Group. Director Creativo Online, Agencia Sheridan. Director de Arte online, Teknoland.

García Cuadras, Nil

Máster en Marketing Digital, Universidad Oberta de Cataluña. Master en Estrategia y Creatividad Digital, Universidad Autónoma de Barcelona. Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Pompeu Fabra. Actualmente: eCommerce Category Manager & Activation, Affinity Petcare. Anteriormente: Key Account Manager, PromoFarma by DocMorris.

García Erviti, Nathalie

PhD (c) en Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad UDIMA. Máster en Marketing Digital y Redes Sociales, Universidad UDIMA. Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: Directora General y Socia fundadora, e-retail data&advertising. Anteriormente: Directora Nacional de Publicidad Online, Carrefour España.

Guitart Felip, Oriol

Máster en Marketing y Sales, Esade. Máster en Ecommerce, Universidad Ramón Llull. Licenciado en Económicas, Universidad de Barcelona. Actualmente: Responsable de Proyectos, FC Barcelona. Anteriormente: Director de Marketing, Vertbaudet.

Hermosa Martín, Santiago

Máster en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Diplomado en Programación de Bases de Datos en la Web, Bickenhall College of London. Licenciado en Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: CEO y Fundador, dobleO. Anteriormente: Search & Social Manager, Altogether Digital / WCRS.

Huélamo Mercader, David

Máster en Dirección y Gestión de la Información y el Conocimiento, Universidad Oberta de Cataluña. Licenciado en Documentación, Universidad Complutense de Madrid. Diplomado en Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director de Operaciones y Marketing, BrandManic. Anteriormente: Director de Digital & Social Media, Mi Querido Watson.

López Quintero, Juan Carlos

Licenciado en Derecho, UCM. Actualmente: Mediador laboral, Fundación SIMA. Anteriormente: Director de Relaciones Laborales, IBM.

López-Riobóo Moreno, Alejandro

Programa de Desarrollo Directivo (PDD), IESE. Máster en Gestión y Dirección Comercial, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director Ejecutivo, Antipodes Digital. Anteriormente: Chief Knowledge Officer (CKO) Área Digital, Industrial Marketing Center (IMC).

Marculeta Arrula, Mikel

Máster en Gestión de Empresas y Comunicación, Universidad de Navarra. Máster en Analítica Web, KSchool. Licenciado en Dirección y Administración de Empresas, Universidad Pública de Navarra. Actualmente: Socio fundador, Sharpa. Anteriormente: Director del Proyecto de Rendimiento de Contenidos, Havas Media Group España.

Martín Porras, Arturo

Higher Degree en Marketing y Dirección Comercial, ESIC Business & Marketing School. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: Director de Comunicación, Team Heretics. Anteriormente: Director del Área Digital, realme España.

Mas Gómez, Alejandro Antonio

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. Actualmente: Socio Director de Experiencia Digital, Good Rebels. Anteriormente: Director General, Ideup! Vicepresidente, aDigital.

Mochales González, Gerardo

PhD en Economía, Universidad Complutense. PDD, Harvard University. MBA, Kellogg School of Management. Licenciatura en Dirección y Administración de Empresas, ICADE. Anteriormente: Director Global de Marketing, Comunicación y Relaciones Institucionales, Acciona. Director Joint Venture GS-Aguirre Newman Asset Management, Goldman Sachs. Director de Marketing, Coca Cola. Consultor, McKinsey & Company.

Morillo Bentué, Juan

PhD en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Rey Juan Carlos. Programa de Dirección de Ventas por ESADE. MBA por Universidad Camilo José Cela. Máster en Economía por la Universidad Rey Juan Carlos. Grado en Derecho por la Universidad Oberta de Cataluña. Ingeniería química por la Universidad Ramon Llull. Anteriormente: CEO Socio en Ares&Perrins, Agencia de Marketing. Director de Marketing en Estrategos Management.

Muñoz García, Juan Carlos

Máster en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director de Marketing Digital y CRM, Volvo Car España.

Núñez Arrabal, Carlos

Máster en Gestión e Investigación de la Comunicación Empresarial, Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Comunicación Audiovisual, Publicidad, Marketing y Comunicación Empresarial, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director de Desarrollo de Negocios, Neo Media World. Anteriormente: Director de Cuentas, Ogilvy.

Orizaola Crespo, Víctor

MÁSTER SEO-SEM profesional, KSCHOOL. Master in Digital Business, ESIC Business & Marketing School, Licenciatura en Marketing y Gestión Comercial, ESIC Business & Marketing School.

Panera García, Marta

Máster en Marketing y Dirección Comercial, Instituto de Formación Empresarial de la Cámara de Comercio de Madrid. Licenciada en Periodismo, Comunicación Social, Business y Comunicación Corporativa, University of Wales. Actualmente: Directora de Marketing y Comunicación para Europa, FOREO. Miembro del Consejo General, Madrid Capital del Lujo. Anteriormente: Directora de Marketing y Desarrollo de Negocio E-commerce, Showroomprive.

Petit Urdaneta, Alexis Gerardo

Máster en Marketing Internacional, IE Business School. Máster en Marketing y Ventas, Instituto Superior de Empresa y Comunicación ISECOM. Material engineer, Universidad Simon Bolivar. Actualmente: COO Director de Operaciones, dobleO Agencia de Marketing Digital. Anteriormente: Project Manager, Ideas in a Jar.

Piedrafita Moreno, José Manuel

Programa Superior en UX y CRO, IEBS Business School. Programa Superior en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Documentación, Universidad Carlos III de Madrid. Licenciado en Humanidades (Filosofía y Letras), Universidad de Alcalá. Actualmente: Performance Marketing Manager, Acierto.com. Anteriormente: Responsable SEO, SEM, SMM y Paid Media, Movistar Prosegur Alarmas.

Puente Gascón, Diego Manuel

Executive MBA, IE Business School. Máster en Marketing Online y Comercio Electrónico. ESIC Business & Marketing School. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Directo ejecutivo de estrategia cliente (CCO / CMO), EBN Banco. Anteriormente: Director Marketing Digital y eCommerce, Supermercados DIA.

Rebollo Rupérez, Asier

Máster en Digital Business, ESIC Business & Marketing School. Programa Superior en Big Data Analytics, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad de Navarra. Actualmente: Director Ejecutivo, ICG Digital Partner.

Revilla Angulo, Verónica

Programa de Desarrollo Directivo (PDD), Escuela de Organización Industrial EOI. Programa ejecutivo en Big Data & Business Analytics, EOI. Ingeniero de Edificación, Universidad Europea. Actualmente: Responsable de Medios Digitales, transformación y AdTech, Telefónica.

Rodrigo Hernández, Carlos

Máster en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Universidad San Pablo CEU. Actualmente: Responsable Canales Digitales Movistar Prosegur Alarmas. Senior Project Manager, t2ó.

Rosell Aguirre, José Fermín

Executive MBA, IE Business School, Licenciado en Ciencias Empresariales, ESIC Business & Marketing School. Anteriormente: Manager de Banca Digital, Banco Santander. Director de Marketing, Diners Club International.

Torrecilla Lahuerta, Mariano

Programa CRECE para el desarrollo directivo, IE Business School. Ingeniero Industrial, Universidad de Zaragoza. Diplomado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: CEO y Fundador, Portfolio Stock Exchange. Anteriormente: Fundador, Loogic Ventures.

Yagüe Toyos, Sandra

International executive MBA, IE, Business School. Export-Import Finance Diploma. NYU Stern School Business. Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: CEO y Digital Marketing Director, Yagüe&Yagüe Consultants. Anteriormente: Managing Director, Bosh Car Service. Directora Marketing Digital Unidad de la Mujer, Hospital Ruber Internacional. Sales Operations Manager Europe South, Carestream Health. Sales and Business Unit Manager, Yamovil. Customer Management, Back-office, The Gaslight.

Zurriaga Clavel, Daniel

Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC Business & Marketing School. Master in Digital Business, ESIC Business & Marketing School. Postgrado IE Business School. Ingeniería en Telecomunicaciones, Universitat Politècnica de València (UPV). Actualmente: Director de Ventas y Marketing, Vocento (Las Provincias). Anteriormente: Director de Ventas, ONO. Jefe de Alianzas y jefe de ventas Segmento Jóvenes, nuevos canales y particulares avanzados, Vodafone. Responsable de Soluciones integradas, Airtel.

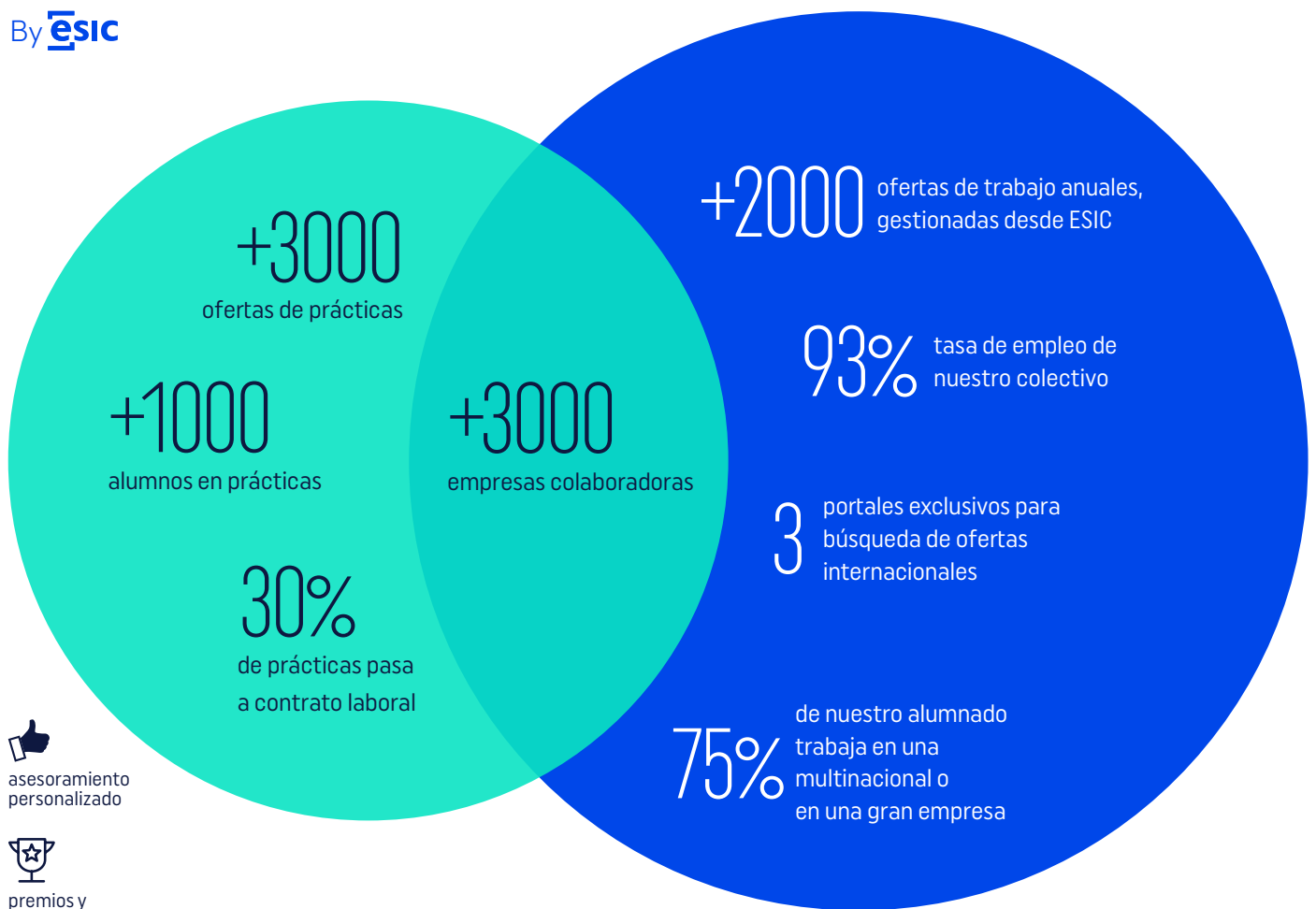
*Claustro sujeto a posibles cambios.

TE PREPARAMOS PARA TRABAJAR EN LAS MEJORES EMPRESAS DEL MUNDO



PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Potenciamos la presencia del alumnado en las empresas, facilitando la aplicación de conocimientos teórico/prácticos mediante la realización de prácticas.



 asesoramiento personalizado

 premios y concursos para emprendedores

 talleres de emprendimiento

 charlas y encuentros con emprendedores

 incubadora de ideas

 networking entre emprendedores

 foros de inversores

EMPRENDEDORES

ESIC Business School genera, impulsa e integra las acciones para el fomento del emprendimiento, proporcionando apoyo y formación. Desarrolla actividades y programas en el ámbito de la creación de empresas para apoyar las iniciativas empresariales de nuestros estudiantes y contribuir a su consolidación.

CARRERAS PROFESIONALES

Durante toda tu trayectoria desde Carreras Profesionales, te formamos y asesoramos en materia de empleabilidad, apoyándote en la búsqueda de oportunidades mediante el acceso a un portal de empleabilidad exclusivo y la organización de ferias de empleo y eventos de reclutamiento.

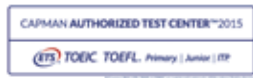


ÁREA DE IDIOMAS [profesionales globales]

ESIC Idiomas está concebido para facilitar una experiencia interesante, agradable y provechosa que permita alcanzar metas de comunicación internacional en el ámbito profesional, académico o personal.

ESIC Idiomas está acreditado para la realización y evaluación de las principales pruebas nivel reconocidas internacionalmente: TOEFL, TOEIC, Cambridge General English y Cambridge Business English Certificates (BEC). Además ofrece formación en otros idiomas como alemán, francés, chino y español para extranjeros (acreditada por el Instituto Cervantes).

Centro preparador y examinador oficial



Empresas y profesionales

Cursos anuales

Programas a medida

Programas específicos

Intensivos

Individuales

Conversación

**Nuestro presente es bilingüe,
multicultural y global...**
nuestros alumnos también lo son.

Recorridos internacionales



*Contamos con múltiples destinos
donde podrás completar tu formación*

DESARROLLO INTERNACIONAL

[global + multicultural]

Reforzamos nuestra oferta educativa con la posibilidad de completar con una experiencia internacional el itinerario curricular elegido. Para ello, disponemos de acuerdos de colaboración e intercambio y programas internacionales con:



+40 países
de destino



acuerdos con
+125 universidades



+500
alumnos

MADRID

+34 91 452 41 00
info.madrid@esic.edu

BARCELONA

+34 93 414 44 44
info.barcelona@esic.edu

VALENCIA

+34 96 361 48 11
info.valencia@esic.edu

SEVILLA

+34 95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA

+34 97 635 07 14
info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA

+34 95 202 03 69
info.malaga@esic.edu

PAMPLONA

+34 94 829 01 55
info.pamplona@esic.edu

BILBAO

+34 94 470 24 86
formacion@camarabilbao.com

GRANADA

+34 95 822 29 14
master@esgerencia.com

MAYO 2022