

laSalle

Marketing y Digital Business

MMD

Máster en Marketing Digital (*Presencial y Online*)

PMD

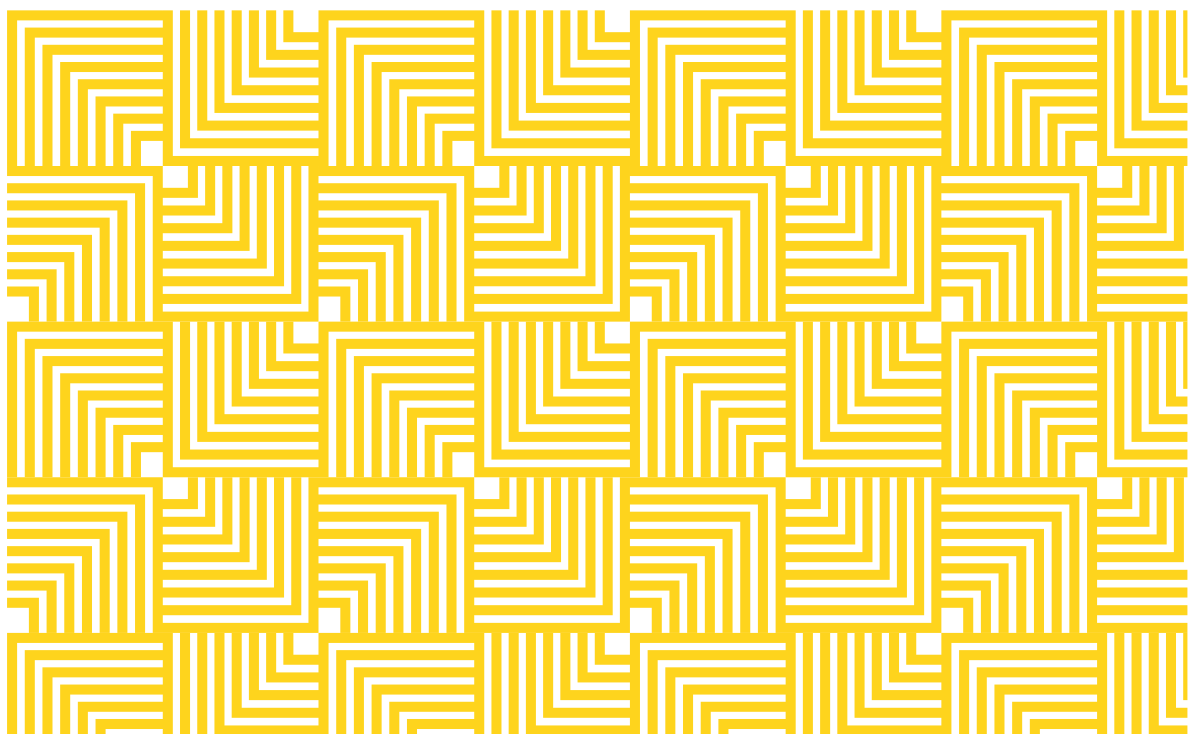
Postgrado en Marketing Digital

MECOM

Máster en eCommerce

PECOM

Postgrado en eCommerce



MÁSTERS Y POSTGRADOS

Catálogo La Salle Grados, Máster y Postgrados.

ÍNDICE DE MÁSTERS Y POSTGRADOS

MBA

MBA International MBA
MIBA Master in International Business Administration and Innovation Technology Management MBA

MANAGEMENT

DIRECCIÓN DE PROYECTOS

MPM Master in Project Management *
MUDP Máster Universitario en Dirección de Proyectos
PMA Postgrado en Métodos Ágiles para el Desarrollo de Productos

DIRECCIÓN TECNOLÓGICA

MGTI Máster en Gestión de las Tecnologías de la Información **
MGT Máster Universitario en Gestión de las TIC

CONSULTORÍA SAP

MSAP Máster en Consultoría Funcional SAP ** **ING**
MABAP Máster en Consultoría Tecnológica ABAP *
SAPBI Máster en Consultoría Business Intelligence SAP **

DIRECCIÓN OPERACIONES

MSCMT Master in Supply Chain Management and Technology **

MARKETING Y DIGITAL BUSINESS

MMD Máster en Marketing Digital **
MECOM Máster en eCommerce
MSMBS Master in Social Media Branding and Strategy
PMD Postgrado en Marketing Digital
PECOM Postgrado en eCommerce
BCM Postgrado en Brand Community Management
PWA Postgrado en Web Analytics
PFD Postgrado en Fotografía Digital

INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

PUX Postgrado en Experiencia de Usuario, Accesibilidad y Usabilidad

PENSAMIENTO Y CREATIVIDAD

MPC Máster en Pensamiento y Creatividad para el mundo tecnológico y empresarial

CREACIÓN MULTIMEDIA Y "SERIOUS GAMES"

MCDEM Máster Universitario en Multimedia y Serious Games

INGENIERÍA

INGENIERÍAS TIC

MPWAR Máster en Programación Web de Alto Rendimiento
MCS Máster en Ciberseguridad
MAAM Máster en Acústica Arquitectónica y Mediambiental Online
PAA Postgrado en Acústica Arquitectónica Online
PAM Postgrado en Acústica Medioambiental Online
MADR Máster en Automática, Domótica y Robótica
PR Experto Universitario en Robótica
PA Experto Universitario en Automática
PD Experto Universitario en Domótica
PSMC Postgrado en Smart Cities
PXEI Postgrado en Smart Grids (Red Eléctrica Inteligente)
MET Máster Universitario en Ingeniería de Telecomunicación
MFT Máster Universitario en Formación del Profesorado de ESO y Bachillerato, FP y Enseñanza de Idiomas

ARQUITECTURA

ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN

MIAD Máster Universitario Proyecto Integrado de Arquitectura **ING**
MGIC Máster Universitario en Gestión Integral de la Construcción
MASEE Máster en Arquitectura Sostenible y Eficiencia Energética **
PAMUS Postgrado en Acústica Medioambiental y Urbanismo Sostenible **
PEE Postgrado en Eficiencia Energética **
PGU Postgrado en Gestión Urbanística y Planeamiento
PVP Postgrado en Valoraciones Inmobiliarias y Pericia Judicial
PTEA Postgrado en Diseño, Cálculo y Construcción de Estructuras Arquitectónicas
PTE Postgrado en Técnicas actuales en Diseño, Cálculo y Construcción de Estructuras Especiales

PRA Postgrado en Restauración Arquitectónica

PRH Postgrado en Rehabilitación, Diagnóstico y Técnicas de Intervención

ECAI Postgrado en Arquitectura interior. Espacios comerciales y públicos

EPAI Postgrado en Arquitectura Interior. Espacios privados

ÍNDICE DE GRADOS

INGENIERÍA

INGENIERÍAS TIC

Grado en Ingeniería Electrónica de Telecomunicación
Grado en Ingeniería Informática
Grado en Ingeniería Multimedia
Grado en Ingeniería de Sistemas Audiovisuales
Grado en Ingeniería de Sistemas de Telecomunicación
Grado en Ingeniería Telemática

INGENIERÍA Y GESTIÓN

Grado en Ingeniería en Organización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

MANAGEMENT

DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Grado en Dirección de Empresas Tecnológicas (ADE) **ING** **BILINGÜE**

ARQUITECTURA

ARQUITECTURA Y CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS DE LA EDIFICACIÓN

Grado en Arquitectura **ING**
Grado en Ciencias y Tecnologías de la Edificación

* online

** online y presencial

ING Programa impartido también en inglés

BILINGÜE Bilingüe castellano-inglés

laSalle

1.600

centros educativos

75

universidades

82

países

1.000.000

estudiantes

75.000

profesores

Creación de empresas

Área de Creación de Empresas que acompaña a los emprendedores en la creación de nuevas empresas. Más de 90 empresas creadas desde 2001.

Prestigio e innovación

75 universidades en todo el mundo e importantes y acreditadas escuelas de negocio. Titulación universitaria Universidad Ramon Llull. Asociación de Antiguos Alumnos.

La Salle

Innovador y moderno modelo de educación para ejecutivos y profesionales que quieran integrar las ventajas de las nuevas tecnologías a una gestión innovadora en un contexto global.

Carácter internacional

Amplia y reconocida red de Business School y universidades en todo el mundo. Intercambio presencial y virtual de alumnos, profesores y contenidos entre las universidades de la red.

La Salle Technova Barcelona

Tecnología de vanguardia, investigación e innovación tecnológica. Laboratorio de management.

Claustro de profesores

Profesionales en activo y académicos de reconocido prestigio nacional e internacional.

Espíritu emprendedor

Promoción del desarrollo de iniciativas emprendedoras desde el interior de las empresas y para la creación de nuevos proyectos empresariales.

Laboratorios e infraestructuras

Instalaciones y laboratorios tecnológicos avanzados que permiten a los alumnos de los programas de management o tecnológicos desarrollar proyectos en entornos y con equipos reales.

Sistema online

Todos los alumnos tienen acceso a nuestro campus virtual en el que cuentan con contenidos y materiales audiovisuales que potencian el proceso de aprendizaje presencial.

Acreditaciones

Programas reconocidos por agencias de calidad especializadas en el sector educativo a nivel nacional e internacional.

Metodología diferencial

Activa y flexible que potencia el trabajo en equipo, la relación personal y definida con el rigor y enfoque de una universidad con más de 300 años de historia.

MMD

Máster en Marketing Digital (Presencial y Online)

Actualmente el marketing digital se ha convertido para muchas empresas en una alternativa viable a la costosa publicidad offline, ofreciendo, además, un medio de comunicación en el que la conversación con el cliente/consumidor/usuario es imprescindible.

En este contexto, las Redes Sociales también cobran relevancia, convirtiéndose en un nuevo canal donde la innovación y los cambios están evolucionando más rápidamente, ganando de forma vertiginosa un lugar relevante en las estrategias de marketing de las compañías, convirtiéndose en un canal central, estratégico, no solo de la comunicación, sino también de la investigación comercial, las relaciones públicas, la atención al cliente y el posicionamiento de marca.

El MMD es un programa innovador y actualizado que se adapta a las exigencias del mercado, combinando en profundidad las técnicas de Marketing Digital como las técnicas de posicionamiento SEO y SEM y de Social Media, con técnicas de Management.

Objetivos

- 1 Formar profesionales que sean capaces de **dirigir un departamento de marketing digital** como unidad estratégica de negocio dentro de las compañías.
- 2 Dar una visión profunda y completa del marketing digital con un **enfoque hacia las redes sociales**, como acelerador de negocios en Internet.
- 3 Capacitar a los alumnos para que sean capaces de hacer del **análisis de la información del mercado y de la empresa un activo estratégico**, clave para el desarrollo de un Plan de marketing digital y/o de un Social Media Plan, y consecuentemente para el mantenimiento de la competitividad y de la diferenciación de la compañía.
- 4 Obtener una **visión completa y transversal de las redes sociales** para su integración en una estrategia global de marketing.
- 5 Aprender a **estructurar una estrategia**, un discurso y un buen conocimiento del potencial de las redes sociales para asegurar el cumplimiento de los nuevos retos del marketing.

Perfil de entrada

- Profesionales de las **áreas de marketing, comercial, comunicación, publicidad y consultoría** que deseen dirigir áreas de Marketing Digital y áreas de eCommerce.
- Profesionales de otras áreas que deseen **reorientar su trayectoria profesional** hacia una nueva profesión con gran demanda por parte de las empresas.
- Profesionales del **área técnica** que necesitan ampliar conocimientos en otras áreas funcionales, necesarias para gestionar con éxito un eCommerce con especial énfasis en el marketing digital y redes sociales como acelerador de negocio.

Perfil de salida

- Director de Marketing Digital, Social Media Manager y/o Social Media Strategist.
- Consultores expertos en Marketing Digital y Social Media.

Metodología

El programa puede cursarse de forma presencial u online. La metodología del programa online aprovecha el potencial de las tecnologías online para adaptarlas a la forma de aprendizaje de un perfil profesional.

Durante todo el proceso el alumno tendrá un mentor que le guiará y le dará feedback para poder garantizar la correcta asimilación de los diferentes conceptos.



MECOM

Máster en eCommerce

En el actual entorno empresarial, altamente competitivo y global, el marketing está experimentando una intensa transformación. Los consumidores están fragmentados en segmentos cada vez más inteligentes y difíciles de acceder. La tecnología avanza tan rápidamente que aparecen constantemente nuevas herramientas de eCommerce, marketing y comunicación.

Actualmente, muchas empresas españolas optan por la internacionalización abriendo nuevos canales de venta. En este sentido, muchas de ellas pasan por el desarrollo de un área de eCommerce que les permita utilizar el canal de venta de Internet para ofrecer sus productos de forma global.

Objetivos

- 1 Formar profesionales que sean capaces de dirigir un **departamento de marketing digital y un área de eCommerce**, como unidades estratégicas de negocio dentro de las compañías.
- 2 Dar una visión profunda y completa de todas las áreas involucradas en el eCommerce, con especial énfasis en el **marketing digital** y sus capacidades de **aceleración de negocios en Internet**.
- 3 Capacitar para hacer del **análisis de la información del mercado** y de la empresa un **activo estratégico**, clave para la implantación y dirección de las áreas de venta digital asegurando el mantenimiento de la **competitividad** y de la **diferenciación** de la empresa
- 4 Facilitar a los alumnos **las herramientas necesarias** para observar el **mercado online con mirada crítica** y distinguir las oportunidades de negocio reales que existen en eCommerce.
- 5 Detectar **tendencias, mejores prácticas y activar mecanismos** para mantenerse actualizado en un sector tan dinámico como el online.

Perfil de entrada

- Profesionales de las **áreas de marketing, comercial, comunicación, publicidad y consultoría** que deseen dirigir áreas de Marketing Digital y áreas de eCommerce.
- Profesionales de otras áreas que deseen **reorientar su trayectoria profesional** hacia una nueva profesión con gran demanda por parte de las empresas.
- Profesionales del **área técnica** que necesitan ampliar conocimientos en otras áreas funcionales, necesarias para gestionar con éxito un eCommerce con especial énfasis en el marketing digital y redes sociales como acelerador de negocio.

Perfil de salida

- Directores de Marketing Digital y de eCommerce.
- Consultores expertos en estrategia global de eCommerce.
- Gerentes de área de eCommerce de agencias y consultoras.



Programa académico

MÁSTER EN MARKETING DIGITAL

PMD - POSTGRADO EN MARKETING DIGITAL

MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL

1. Niveles estratégicos y blended marketing
2. El mercado y el consumidor digital
3. Aspectos jurídicos del marketing digital
4. Introducción al Search Engine Optimization
5. Understanding Brands
6. Building up a brand
7. Branding, posicionamiento y publicidad
8. Introducción a la publicidad digital
9. La planificación de campañas digitales
10. Audiencias 2.0
11. Plan de medios digitales
12. Search Engine Marketing (SEM)
13. Generación de campañas
14. Integración en analytics: sincronización de datos
15. Seguimiento de campañas digitales
16. Analítica web 360. Campaign analytics

DISEÑO Y OPTIMIZACIÓN WEB

1. User Experience
2. Conceptos básicos tecnológicos
3. Creación del site
4. Acciones de marketing en Mobile, tablet y Smart TV
5. Analítica web
6. Optimización web
7. Plataformas eCommerce

MARKETING Y REDES SOCIALES

1. El perfil profesional del Community Manager, su día a día y cómo optimizar el tiempo
2. La estructura de un departamento de Social Media y sus roles
3. Estrategia en Social Media para empresas
El Social Media Plan:
 - Twitter: uso profesional y nuevos formatos publicitarios
 - Facebook: uso profesional y nuevos formatos publicitarios
 - Instagram y Pinterest: el poder de la imagen
 - Youtube y el vídeo aplicado a las empresas
4. El Viral Marketing
5. Social Media Analytics: medición de resultados
6. Los KPI'S básico
7. Tendencias: Social TV
8. Redes Sociales y la geolocalización
9. El móvil en las Redes Sociales

PROYECTO FINAL

1. Desarrollo e implantación de un plan de Marketing Digital 360°

* El programa puede variar en alguna asignatura entre la metodología presencial y la online. Consulta la web.

2º BLOQUE

FINANZAS

1. Introducción a las finanzas para empresas tecnológicas
2. La cuenta de resultados
3. El balance de situación
4. La gestión del circulante
5. Planificación financiera
6. La financiación del crecimiento

MARKETING Y REDES SOCIALES 2

1. Estrategia en Social Media para empresas: Social Media Plan II
2. Reputación corporativa online. El ORM, OnLine Reputation Management
3. Gestión y dinamización de comunidades: Facebook, Foros, Youtube, etc
4. El papel de los influencers en Redes Sociales. El Klout como medida estandar de influencers. El networking en Redes Sociales
5. Blogs profesionales. Como sacar rendimiento a un blog.
6. Redes Sociales corporativas
7. Branding Personal y su estrategia en Social Media.
8. Aspectos legales en Social Media

SOCIAL COMMERCE

1. Social Commerce y Social Connect
2. La socialización de la compra: El Scommerce
3. Cómo vender a través de Medios Sociales y cómo gestionar una Facebook Store. Pinterest como canal de ventas
4. Principales métricas del Social Commerce
5. Casos de éxito

BRANDED CONTENT EN SOCIAL MEDIA: Los territorios emocionales y funcionales de la marca.

1. Estrategia de contenidos en Redes Sociales: los territorios emocionales y funcionales de la marca. La evolución del consumidor: De consumidor a usuario y de usuario a prescriptor. El Crossuser
2. Creatividad en los Medios Sociales
3. Cómo incluir el social media en las campañas 360°
4. El Storytelling en las Redes Sociales
5. El Branded Content: contenidos y nuevos formatos audiovisuales
6. SEO en medios sociales
7. Construcción literaria en Social Media. Cómo expresarse en Redes Sociales. Como construir la empatía digital. La conversación en Redes Sociales
8. Cómo gestionar una crisis de reputación

CÓMO MEDIR LA RELACIÓN CON LOS USURIOS: MÉTRICAS SOCIALES, CÓMO MEDIR EL ROI EN REDES SOCIALES

1. Cómo monitorizar, rastrear, indexar, medir conversaciones, información de blogs, opiniones o contenidos de productos, de marca, etc
2. Métricas y KPI's en Redes Sociales
3. Cómo calcular el ROI en Redes Sociales
4. Cómo medir la Reputación online
5. La construcción del dashboard para la toma de decisiones
6. El Big Data. Cómo conocer las tendencias de consumo
7. El Social e-crm
8. La gestión del Servicio de Atención al Cliente (SAC) en Redes Sociales. Costumer Services 2.0

PROYECTO FINAL II

MÁSTER EN ECOMMERCE

PMD - POSTGRADO EN MARKETING DIGITAL

MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL

1. Niveles estratégicos y blended marketing
2. El mercado y el consumidor digital
3. Aspectos jurídicos del marketing digital
4. Introducción al Search Engine Optimization
5. Understanding Brands
6. Building up a brand
7. Branding, posicionamiento y publicidad
8. Introducción a la publicidad digital
9. La planificación de campañas digitales
10. Audiencias 2.0
11. Plan de medios digitales
12. Search Engine Marketing (SEM)
13. Generación de campañas
14. Integración en analytics: sincronización de datos
15. Seguimiento de campañas digitales
16. Analítica web 360. Campaign analytics

DISEÑO Y OPTIMIZACIÓN WEB

1. User Experience
2. Conceptos básicos tecnológicos
3. Creación del site
4. Acciones de marketing en Mobile, tablet y Smart TV
5. Analítica web
6. Optimización web
7. Plataformas eCommerce

MARKETING Y REDES SOCIALES

1. El perfil profesional del Community Manager, su día a día y cómo optimizar el tiempo
2. La estructura de un departamento de Social Media y sus roles
3. Estrategia en Social Media para empresas
El Social Media Plan:
 - Twitter: uso profesional y nuevos formatos publicitarios
 - Facebook: uso profesional y nuevos formatos publicitarios
 - Instagram y Pinterest: el poder de la imagen
 - Youtube y el vídeo aplicado a las empresas
4. El Viral Marketing
5. Social Media Analytics: medición de resultados
6. Los KPI'S básico
7. Tendencias: Social TV
8. Redes Sociales y la geolocalización
9. El móvil en las Redes Sociales

PROYECTO FINAL

1. Desarrollo e implantación de un plan de Marketing Digital 360°

HORARIO PRESENCIAL

MMD - Máster en Marketing Digital

MECOM - Máster en eCommerce

Créditos	60 ECTS
Horario	Viernes de 19h a 22h y sábados de 9h a 15h

PECOM - POSTGRADO EN ECOMMERCE

GENERACIÓN DE TRÁFICO Y CAPTACIÓN DE CLIENTES

1. Herramientas de Marketing Digital I
2. Analítica y Métricas eCommerce
3. Conversiones y Análisis Cualitativo
4. Marketing y eCommerce B2B
5. Comparadores de Precio y Market places
6. Social Media y PR para eCommerce
7. Medición de resultados y campañas

CONVERTIR, VENDER Y COBRAR

1. Principales plataformas para eCommerce
2. Usabilidad, Arquitectura de la Información y Desarrollo
3. Mobile y Social Shopping
4. Soluciones Multicanal
5. Organización y Procesos
6. Desarrollo de un eCommerce

PLAN DE ECOMMERCE 1ª PARTE (PROYECTO FINAL): DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO

LOGÍSTICA, ATENCIÓN AL CLIENTE Y FIDELIZACIÓN

1. Logística y operaciones en eCommerce
2. Atención al cliente
3. CRM y fidelización
4. Omnicanalidad
5. Casos Prácticos

FINANZAS Y ASPECTOS LEGALES

1. Gestión de los pagos en comercio electrónico
2. Control del fraude en comercio electrónico
3. Introducción a las finanzas para empresas tecnológicas
4. Cuenta de resultados
5. Cuenta de resultados: casos prácticos
6. Cash-flow
7. Marco Legal en eCommerce

PLAN DE ECOMMERCE 2ª PARTE (PROYECTO FINAL): PLAN OPERATIVO

PMD - Postgrado en Marketing Digital

PECOM - Postgrado en eCommerce

Créditos	30 ECTS
Horario	Viernes de 19h a 22h y sábados de 9h a 15h



laSalle

Universidad Ramon Llull

LaSalle

Universities

www.BESLaSalle.net

Blogs.salleurl.edu

[YouTube.com/LaSalleBCN](https://www.youtube.com/LaSalleBCN)

[Facebook.com/LaSalleBCN](https://www.facebook.com/LaSalleBCN)

[Linkedin.com/company/la-salle-bcn](https://www.linkedin.com/company/la-salle-bcn)

[Twitter.com/LaSalleBCN](https://twitter.com/LaSalleBCN)

Skype: masterslasallebcn

CAMPUS BARCELONA

Sant Joan de La Salle, 42

08022 Barcelona

+34 932 902 419

admissions@salleurl.edu

Acreditaciones:



Calificaciones:



Campus de
Excelencia
Internacional

Miembros de:



for Q