




Maestría en
MERCADOTECNIA
MENCIÓN EN ESTRATEGIA DIGITAL

 RPC-SO-12-No.234-2020



Bienvenidos
Maestranter



Nory Pinela Morán, MBA, MSF.

El entorno en el cual nos desarrollamos es dinámico y de constante cambio, esta realidad nos impulsa al aprendizaje de nuevos conocimientos que en el marco de desarrollo profesional lo encontramos en un programa de cuarto nivel en educación superior; por ello, ECOTEC Posgrado a través de su oferta académica de maestrías, propone a profesionales y ejecutivos una formación integral que va más allá de adquirir conocimientos, plantea una formación humanista y con sentido responsable hacia la sociedad y el medio ambiente.

Impartimos conocimiento a través de metodologías basadas en el aprendizaje activo, donde profesores y estudiantes analizan los aspectos teóricos de cada asignatura, comparten experiencias, discuten y reflexionan situaciones reales de las organizaciones. Esta metodología impulsa en nuestros maestrantes el pensamiento crítico y fomenta al desarrollo de una visión estratégica e integral de la organización y el entorno, la cual podrán poner en práctica en la vida laboral. Estos aspectos identificarán a nuestros maestrantes como agentes generadores de cambio en sus organizaciones validando la calidad académica de nuestros programas.

Bienvenidos a ECOTEC Posgrado, una oportunidad para el desarrollo profesional, personal y académico.

Objetivos DEL PROGRAMA



1 Fundamentar las bases para el desarrollo de planes estratégicos del marketing digital a través de los principales enfoques teóricos y epistemológicos del marketing.

2 Promover destrezas y habilidades para analizar, diagnosticar y resolver los desafíos que introduce la complejidad de las tecnologías en las que se sustentan las estrategias de marketing y la comunicación organizacional mediatizada.



3 Diseñar estrategias de marketing digital, a partir del dominio de las tecnologías pertinentes, que fortalezcan la presencia de la organización en los canales virtuales.

4 Evaluar los resultados ante la implementación de planes estratégicos del marketing digital.





Metodología

La metodología de enseñanza de ECOTEC Posgrado tiene un enfoque teórico – práctico y colaborativo – participativo; bajo este enfoque, conjuntamente profesores y estudiantes son constructores de conocimientos, permitiendo que el proceso de aprendizaje fomente el criterio analítico, otorgue una visión integral y global de la sociedad y sus participantes y conlleve a desarrollar las competencias profesionales de nuestros maestrantes a través de las cuales se conviertan en agentes generadores de cambio.

COMPETENCIAS

El Magíster en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital:

- Integra Analiza los principales enfoques del marketing que permiten evaluar la gestión en medios digitales.
- Desarrolla investigaciones de mercado previo análisis y decisión de herramientas efectivas.
- Direcciona planes de comunicación que apoyen a las estrategias corporativas.
- Establece análisis de los clientes en los ecosistemas virtuales a través de herramientas especializadas, para conocer el comportamiento del consumidor, ubicación y métricas de campañas.
- Genera planes de marketing digital que ayuden a cumplir los objetivos de la organización.
- Desarrolla habilidades profesionales en el ámbito del marketing digital y a nivel organizacional tales como el manejo de herramientas y plataformas, generación de contenido visual, conocimientos en SEO y SEM, publicidad en redes sociales de calidad, innovación digital.
- Analiza problemas complejos en la relación de las tecnologías y comunicaciones demarketing, con factores humanos y comportamientos colectivos.



Campo **OCUPACIONAL**

- Director, Gerente o Jefe de Marketing de organizaciones privadas y públicas.
- Director, Gerente o Jefe de Proyectos de Investigación de Mercados.
- Community Manager.
- Director o Gerente de Publicidad.
- Docentes investigadores universitarios para las carreras de administración, marketing y otras carreras afines.
- Consultores especializados en mercadotecnia, investigación de mercados, atención y satisfacción al cliente para organizaciones privadas o públicas.
- Alta gerencia en empresas privadas o públicas.
- Empresarios, emprendedores y propietarios de negocios.
- Funciones de diseño, dirección, control, evaluación y asesoramiento sobre estrategias de marketing y modelos de negocio por internet.



Plan DE ESTUDIO

SEMESTRE 1

Principios y Nuevas
Tendencias del Marketing

Marketing Digital

Investigación de Mercado y
Netnografía

Branded Content

Metodología de la
Investigación

SEMESTRE 2

Comunicación Estratégica
Online

SEO-SEM

Diseño Digital y Creación
Web

Estrategias y Tácticas
Digitales

Proyecto Integrador de
Marketing Digital



Contenidos

• PRINCIPIOS Y NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING

Explicar los principios, componentes y características de la Mercadotecnia. Determinar las principales tendencias contemporáneas de la Mercadotecnia y su incidencia en el desarrollo del mercado y la empresa. Fundamentar, con visión estratégica, los entornos y necesidades del consumidor. Gestionar la marca en los entornos digitales teniendo en cuenta los diferentes componentes del Marketing Digital.

• MARKETING DIGITAL

Identificar las herramientas del Marketing Digital y del social media que constituyen aportes estratégicos en la relación directa con el consumidor. Diferenciar las herramientas del social media e identificar sus características y usos en los medios digitales. Identificar las variables que componen cada grupo o segmento digital para crear contenido de valor para los diferentes medios. Determinar cómo es la construcción de un buyer persona o cliente ideal para maximizar la relación con la empresa que ofrece servicios y productos. Diferenciar los comportamientos o conductas de los clientes mediante información obtenida por herramientas que brindan ayuda en la selección.

• INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y NETNOGRAFÍA

Comprender el rol fundamental que cumple la elaboración y ejecución de una correcta investigación de mercados para la posterior planificación, ejecución y desarrollo de estrategias digitales. Analizar la oferta y demanda existente en un determinado mercado objetivo, con la finalidad de reconocer el tipo de investigación a realizarse. Relacionar y aplicar correctamente el diseño de cuestionarios para el estudio de mercado y la importancia del estudio netnográfico para analizar el comportamiento online de los usuarios. Conocer las herramientas online para monitorizar el ecosistema virtual en que se desenvuelve una marca.

• BRANDED CONTENT

Conocer la importancia de generar estrategias de Branded Content para posicionar la marca de acuerdo a los objetivos empresariales. Conocer los diferentes tipos de formatos, medios y contenidos para generar estrategias de Branded Content. Desarrollar un proyecto de Branded content con copys creativos para diferentes plataformas.

• METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Determinar desde las bases epistemológicas generales del proceso de investigación y particulares de la investigación en Comunicación, la selección de un tema de investigación. Identificar temas de investigación científica en la comunicación. Comprender el diseño de una investigación en Ciencias de la Comunicación.



• COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA ONLINE

Determinar la importancia de generar estrategias de comunicación en el entorno virtual, conociendo los grupos de interés que maneja la empresa o marca. Generar brand advocate (defensores de marca), influencers (influenciadores) y líderes de opinión para que ayuden a posicionar la marca. Gestionar la reputación online a través de campañas de publicidad, relaciones públicas y crear estrategias de manejo de crisis. Aplicar las estrategias del e-marketing en diferentes negocios, conociendo su aporte y funcionalidad para el mismo.

• SEO-SEM

Comprender el proceso de búsqueda y posicionamiento a partir de palabras claves y direccionamientos. Conocer herramientas y tácticas para generar posicionamiento orgánico en los buscadores principales. Adquirir los conocimientos necesarios que lleven a comprender el uso de las redes sociales en beneficio de una campaña de marketing. Diferenciar estrategias SEO de las estrategias SEM para generar posicionamiento en los buscadores y plataformas sociales más usadas. Generar leads mediante el uso del embudo de venta (inbound marketing) a través de las herramientas SEO.

• DISEÑO DIGITAL Y CREACIÓN WEB

Conocer los fundamentos del diseño digital y las herramientas para generar contenidos digitales. Crear contenidos digitales y web a través de programas de diseño de ilustración gráfica, tratamiento de la imagen y creación de web basado en plantillas digitales. Determinar las composiciones fotográficas óptimas de acuerdo a las campañas de marketing digital. Diferenciar los conceptos y tácticas de métrica, analítica, conversiones y KPIs para generar un plan de análisis y medición. Conocer las herramientas más importantes de análisis, para aplicarlas según los objetivos a alcanzar. Generar ROI en estrategias y campañas digitales.

• ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DIGITALES

Identificar las estrategias y tácticas digitales más usuales que generan fidelización, difusión y valor a las marcas y/o productos comercializados. Idear estrategias de marketing digital que ayuden a alcanzar los objetivos propuestos según los diferentes tipos de negocio.

• PROYECTO INTEGRADOR DE MARKETING DIGITAL

Determinar un plan de marketing digital, ajustado al cumplimiento de objetivos medibles, dado un presupuesto y recursos limitados. Evaluar planes de marketing teniendo en cuenta los fundamentos epistémicos y científicos para su aplicación en el contexto.

Con tu *Maestría* puedes obtener una

SEGUNDA ★ TITULACIÓN ★ INTERNACIONAL EMITIDA POR ENYD



La alianza internacional entre **ECOTEC** y la **Escuela de Negocios y Dirección ENyD**, permite fortalecer nuestros programas de posgrado y que nuestros maestrantes vivan la experiencia de la internacionalización obteniendo una **segunda titulación española**.

ENyD es una de las 10 primeras instituciones europeas de educación online y se encuentra entre las primeras Escuelas de Negocios españolas con mejores programas en línea. Además, es uno de los centros educativos españoles más innovadores según el ranking INNOVATEC.



Títulos a obtener

- Magíster en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital – **ECOTEC**
- Máster en Marketing Digital – **Título propio ENyD**

EL TÍTULO EUROPEO DE MÁSTER

- Será entregado luego de aprobar todas las materias de tu programa de posgrado y el taller internacional dictado por ENyD.
- Lo recibirás el día de tu graduación junto a tu título ECOTEC.



Claustro

El claustro está conformado por profesores con grados de doctor y magíster; expertos en el área de estudio que imparten, con amplia trayectoria profesional y académica.

1440

HORAS DEL
PROGRAMA



HORARIOS
EJECUTIVOS



12 MESES



Admisión

REQUISITOS DE POSTULACIÓN:

- Presentación del formulario de admisión con la información solicitada y firmas originales respectivas.
- Dos copias a color de la cédula de identidad.
- Dos copias a color del pasaporte y visa (aplica para extranjeros).
- Dos juegos de hoja de vida actualizada.
- Dos copias a color del título de tercer nivel de grado otorgado por la universidad.
- Dos copias a color del título nacional o extranjero inscrito en el registro de la Senescyt.
- Certificado que acredite el nivel de inglés A2 según el marco común europeo de referencia para lenguas.
- Dos cartas de recomendación académica con firmas originales respectivas.
- Dos fotos a color tamaño carné.
- Dos copias a color de carné CONADIS (en caso de poseer alguna discapacidad).

Nota: Todos los documentos se presentarán en dos carpetas.

Proceso de POSTULACIÓN



Inscripción de
Admisión



Entrega de
Documentos



Prueba
Psicotécnica



Entrevista



www.ecotec.edu.ec/posgrado

- **Campus Samborondón**, Vía Samborondón Km. 13.5 • **Campus Juan Tanca Marengo**, Av. Juan Tanca Marengo Km. 2 • **Campus La Costa**, Vía a La Costa Km. 16.5
- PBX: (04) 372 3400 opc. 2 • 📞 099 392 1114 • Email: posgrado@ecotec.edu.ec