



MÁSTER OFICIAL EN TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

DOBLE TITULACIÓN

1



Título propio
Euncet Business
School

2



Título oficial
UPC



60 ECTS
(282 h lectivas)



CAMPUS
Barcelona
Can Dragó



MODALIDAD
Semipresencial

PRESENTACIÓN

El máster universitario en Tecnologías Aplicadas al Marketing (Marketing Tech) tiene como finalidad transformar a los estudiantes en profesionales con una formación única, práctica y diferenciadora a través del conocimiento y el uso de herramientas tecnológicas para dinamizar e impulsar los procesos de marketing en un ecosistema empresarial global.

Empresas como Amazon, Netflix o Airbnb tienen un punto en común: rompen con las normas de los mercados existentes y emplean enfoques de marketing no convencionales impulsados por la tecnología. Por ello, los estudiantes adquirirán las habilidades necesarias para navegar de manera efectiva en los entornos de marketing dominados por la tecnología de hoy, tales como la inteligencia artificial, *machine learning*, realidad virtual y aumentada, impresión 3D, ciberseguridad, entre otros, para detectar oportunidades de negocio rentables, interrumpir los mercados existentes y crear soluciones completamente nuevas, crear marcas fuertes, innovadoras y diferenciadas, desarrollar eficaces campañas de comunicación, y en definitiva, diseñar experiencias de cliente únicas.

ASPECTOS DIFERENCIALES



Gestión holística del marketing, la tecnología y la innovación

Los estudiantes serán capaces de valorar las implicaciones de la tecnología en los procesos de marketing en entornos cambiantes y dinámicos para desarrollar planes de marketing innovadores y eficaces.



Aprendizaje experiencial y visión emprendedora

Durante todo el máster los estudiantes tienen la posibilidad de aplicar sus conocimientos en proyectos de emprendimiento o en negocios digitales reales o en el área de marketing de una industria creativa o dominada por la tecnología.



Profesores de prestigio

Docentes de reconocida trayectoria académica y profesional, vinculados al mundo empresarial y el marketing.



Transforma tu futuro profesional

La adaptación del marketing a entornos cada vez más tecnológicos es una necesidad para los profesionales de este sector.



Acceso al Doctorado

Programa académico, de perfil mixto, orientado tanto hacia la formación para la práctica profesional como a la capacitación para la investigación.



Euncet Expertise

+ 40 años formando profesionales y directivos en *management*, innovación y nuevas tecnologías.

METODOLOGÍA

El proceso de aprendizaje en Euncet Business School-UPC combina un conjunto de metodologías que permiten al participante alcanzar de una forma práctica e innovadora las competencias propias del perfil profesional de salida establecido en el máster y al contexto digital:



APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS/PROYECTOS O CASOS PRÁCTICOS

Trabajos para desarrollar proyectos de marketing o de investigación, resolución de problemas o simulaciones para la toma de decisiones.



SESIONES PRESENCIALES TEÓRICO-PRÁCTICAS

Exposición de los contenidos de la asignatura + resolución de ejercicios, análisis de casos prácticos o desarrollo de proyectos.



CLASES PARTICIPATIVAS

Interacción permanente entre estudiantes y profesorado con el apoyo de casos prácticos reales y simulaciones.



TUTORÍAS

Sesiones donde los estudiantes pueden plantear al docente problemas y dudas sobre las actividades prácticas o comprensión de ideas y conceptos.



ENTORNO DE TRABAJO INDIVIDUAL O COOPERATIVO

Realización y presentación de trabajos individualmente o en grupo.



PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Plan docente de las asignaturas con la programación de las actividades.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS



SIMULADORES Y JUEGOS

Adquisición de conocimientos y habilidades a través de la interacción en un ambiente simulado o un juego.



MICROAPRENDIZAJE

Materiales audiovisuales breves sobre contenidos concretos y relevantes de las asignaturas.



VISITAS A EMPRESAS

Visitas a empresas, emprendimientos o startups de interés, especialmente aquellas que ofrecen tecnologías aplicables al marketing.



SEMINARIOS, CONFERENCIAS, MASTERCLASS Y WORKSHOPS

Eventos en los que el estudiantado pueda conocer diferentes ecosistemas de *startups*.

WORKSHOPS

DEBATES

CASOS PRÁCTICOS

PROYECTOS

ELEVATOR PITCH

EVALUACIÓN

La evaluación del máster se realiza a nivel de asignatura. Para cada una de las asignaturas del plan de estudios, un 80 % de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 20 % restante, de un examen escrito.

Los exámenes escritos son pruebas de validación que se utilizan para evaluar el conocimiento conceptual y la comprensión de la teoría mientras que las actividades dirigidas tienen como objetivo evaluar la aplicación práctica de este conocimiento.

La asignatura queda aprobada con una nota final igual o superior a 50 sobre 100 puntos.

En cuanto a la evaluación continua, se han definido las siguientes actividades dirigidas:

- Participación activa en el curso.
- Resolución, presentación y defensa de casos/retos/proyectos, ya sea en formato individual o en grupo.
- Participación en simuladores y juegos.
- Evaluación de *portfolio*.
- Evaluación por pares y autoevaluación.

EVALUACIÓN

80%
CONTINUA

20%
EXAMEN FINAL



 DR.ª JESSICA LIGAN

Directora del máster universitario en Tecnologías Aplicadas al Marketing
Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas.

"Compartirás experiencias con compañeros de más de 20 países que te ayudarán a tener una visión holística, no sólo de los negocios, sino también del mundo".

PRIMER CUATRIMESTRE

Marketing Estratégico y Tecnología
8 ECTS

Consumidor, Tendencias de Compra y Personalización
5 ECTS

Creación de Experiencias
5 ECTS

Comercio Electrónico
4 ECTS

Comunicación de Marketing, Panorama Mediático y Audiencias
5 ECTS

Automatización de Marketing
3 ECTS

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Publicidad Digital y Redes Sociales
8 ECTS

Experiencias Inmersivas Híbridas
3 ECTS

Analítica de Marketing
4 ECTS

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER
15 ECTS

CONTENIDO DE LAS ASIGNATURAS

MARKETING ESTRATÉGICO Y TECNOLOGÍA

El marketing en la empresa

- Plan de marketing estratégico
- Segmentación, *targeting* y propuesta de valor
- Posicionamiento

Decisiones estratégicas de marketing

- Producto
- Precio
- Distribución
- Comunicación

Tecnología y marketing

- Herramientas tecnológicas aplicadas al marketing
- Marketing Data
- Inteligencia artificial y *machine learning* aplicada al marketing
- Ciberseguridad

CONSUMIDOR, TENDENCIAS DE COMPRA Y PERSONALIZACIÓN

Investigación de mercados

- Introducción a los sistemas de información y a la investigación de mercados
- Fuentes de información
- Investigación cualitativa
- Investigación cuantitativa

Comportamiento del consumidor

- Factores que influyen en el comportamiento de compra
- Proceso y roles de compra
- Fidelización
- Neuromarketing

Tendencias de compra y personalización

- Marketing omnicanal
- Usuario, personalización y recomendación de productos

CREACIÓN DE EXPERIENCIAS

Marketing experiencial

- Planificación y gestión de la relación con clientes
- Diseño de experiencias de cliente
- Claves para la captación en el ciclo de decisión: *The loyalty loop*

Innovación centrada en el cliente

- Tecnologías innovadoras para la medición de la estrategia de experiencia de cliente
- Innovación y diseño de experiencias diferenciadoras
- Herramientas y métodos para la implantación de experiencias innovadoras
- Competencias clave para CX e innovación
- Gamificación y técnicas de *storytelling* interactivo

COMUNICACIÓN DE MARKETING, PANORAMA MEDIÁTICO Y AUDIENCIAS

Comunicación de marketing

- Herramientas de comunicación de marketing
- Mensajes clave y propuesta de valor
- Comunicación y automatización de la IA Generativa

Panorama mediático

- Tendencias y cambios en el panorama mediático actual
- Nuevos formatos de medios y su impacto en la publicidad
- Estrategias de compra de medios

Plan de medios

- Audiencias
- Análisis de audiencias y comportamiento
- *Briefing* y etapas del plan de medios

COMERCIO ELECTRÓNICO

Modelos de negocio digitales

- Modelos de negocio
- Tipos de *ecommerce*
- Planificación y diseño de un *ecommerce*
- Experiencia de compra *online* y usabilidad web
- Logística y operaciones en el *ecommerce*

Estrategias de marketing *funnel*

- Etapas del *funnel* de marketing
- IA Generativa
- Marketing de contenidos
- SEO
- *Social commerce*

AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING

Fundamentos de la automatización de marketing

- Introducción a la automatización de marketing
- Estrategias de automatización de marketing
- Herramientas y plataformas de automatización de marketing

Implementación y gestión de campañas automatizadas

- Creación de flujos de trabajo y campañas automatizadas
- Personalización y segmentación en la automatización de marketing
- Futuro de la implementación de marketing

PUBLICIDAD DIGITAL Y REDES SOCIALES

Proyectos publicitarios

- Planificación estratégica de la publicidad
- Creatividad y mensajes publicitarios
- IA aplicada a la publicidad

Publicidad digital

- Publicidad *search* y formatos publicitarios
- Publicidad *display* y formatos publicitarios

Publicidad en redes sociales

- Plataformas de redes sociales y alcance publicitario
- Marketing de *influencers*

ANALÍTICA DE MARKETING

Recopilación y tratamiento de datos en marketing

- Procesos y fuentes de datos
- Métricas y KPIs en marketing
- Técnicas y herramientas de análisis de datos
- Visualización de datos
- Cuadros de mando

Analítica avanzada y toma de decisiones

- Análisis predictivo
- Modelados analíticos de marketing
- Atribución de conversiones
- Marketing *mix modeling*
- Optimización de campañas

EXPERIENCIAS INMERSIVAS HÍBRIDAS

Experiencias inmersivas en marketing

- Realidad virtual aplicada al marketing
- Realidad aumentada aplicada al marketing
- Diseño de entornos virtuales para la realidad extendida
- Contenidos inmersivos
- Herramientas para realidad aumentada y virtual
- Interacción y experiencia de usuario para la realidad extendida

Experiencias híbridas y tecnologías emergentes

- Integración de tecnologías emergentes en estrategias de marketing
- Publicidad y medios inmersivos
- Diseño de eventos y activaciones de marca
- Uso de inteligencia artificial en experiencias inmersivas

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

Para obtener el título de máster universitario en Tecnologías Aplicadas al Marketing por la UPC, el estudiante debe realizar un Trabajo de Fin de Máster (TFM).

El TFM es una asignatura de 15 ECTS y consiste en:

- La elaboración de un plan de marketing: descripción y situación de la empresa, análisis de determinantes internos y externos, objetivos y estrategias de marketing, planes de actuación y control.
- Proyecto de implementación de alguna tecnología en particular en cualquiera de los procesos de marketing.

El trabajo, que podrá ser realizado en equipos de hasta tres alumnos, será tutorizado por un profesor doctor que les orientará. Según la normativa de TFM, la evaluación del mismo se realizará de forma individual.

CALENDARIO 2024-2025

PRIMER CUATRIMESTRE

SEPTIEMBRE 2024

						1	
2	3	4	5	6	7	8	
9	10	11	12	13	14	15	
16	17	18	19	20	21	22	
23	24	25	26	27	28	29	
30							

OCTUBRE 2024

	1	2	3	4	5	6	
7	8	9	10	11	12	13	
14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25	26	27	
28	29	30	31				

NOVIEMBRE 2024

				1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10	
11	12	13	14	15	16	17	
18	19	20	21	22	23	24	
25	26	27	28	29	30		

DICIEMBRE 2024

						1	
2	3	4	5	6	7	8	
9	10	11	12	13	14	15	
16	17	18	19	20	21	22	
23	24	25	26	27	28	29	
30	31						

ENERO 2025

			1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	
13	14	15	16	17	18	19	
20	21	22	23	24	25	26	
27	28	29	30	31			

FEBRERO 2025

					1	2	
3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16	
17	18	19	20	21	22	23	
24	25	26	27	28			

SEGUNDO CUATRIMESTRE

MARZO 2025

					1	2	
3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16	
17	18	19	20	21	22	23	
24	25	26	27	28	29	30	
31							

ABRIL 2025

	1	2	3	4	5	6	
7	8	9	10	11	12	13	
14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25	26	27	
28	29	30					

MAYO 2025

				1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	
19	20	21	22	23	24	25	
26	27	28	29	30	31		

JUNIO 2024

						1	
2	3	4	5	6	7	8	
9	10	11	12	13	14	15	
16	17	18	19	20	21	22	
23	24	25	26	27	28	29	
30							

JULIO 2025

					1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13				
14	15	16	17	18	19	20				
21	22	23	24	25	26	27				
28	29	30	31							

-  Jornada de bienvenida
-  Docencia
-  Exámenes 1.ª convocatoria
-  Exámenes 2.ª convocatoria
-  Tribunales TFM
-  Acto de graduación
-  Días festivos

*Pendiente de revisión

PERFIL DEL ESTUDIANTE

COMPLEMENTO FORMATIVO

Los estudiantes que accedan con cualquiera de las titulaciones indicadas en el "Perfil del estudiante", no requerirán cursar el complemento de formación "Fundamentos de Gestión Empresarial". Los estudiantes que accedan al máster con un perfil distinto, deberán cursar este complemento formativo.

El complemento formativo se ofrece en modalidad no presencial, se puede iniciar 3 meses antes del inicio del curso y tiene asignados 6 ECTS.

SALIDAS PROFESIONALES

Los estudiantes del máster egresan preparados para ocupar las distintas posiciones del marketing en el actual contexto de economía digital y diseñar las estrategias de marketing más apropiadas, con la implementación de la tecnología necesaria, y así alcanzar los objetivos de negocio.

Tanto la visión holística del marketing estratégico, como el conocimiento de todo tipo de herramientas que se encuentran en la intersección marketing-tecnología, permiten a los egresados desempeñar funciones de todos los niveles en un equipo de marketing. Podrán asumir funciones de dirección y de decisión estratégica como:

- > Marketing Manager
- > E-commerce Manager
- > Customer Experience Manager
- > Market Research Manager
- > Brand Manager
- > Communication Manager
- > Digital Marketing Manager
- > Social Media Manager
- > Marketing Analytics Manager

DÓNDE SE IMPARTE



CAMPUS BARCELONA CAN DRAGÓ

Carrer de Rosselló i Porcel, 7-11,
08016, Barcelona

PROCESO DE ADMISIÓN

PASO
01 Solicitud de
información

PASO
02 Solicitud de
admisión

PASO
03 Presentar la
documentación
para el proceso
de admisión

PASO
04 Entrevista
online

PASO
05 Presentar la
documentación
para el proceso
de admisión

PASO
06 Reserva tu
plaza

PASO
07 Solicitar
visado
estudiantil

PASO
08 Matrícula

PRECIOS Y FINANCIACIÓN

> Precio total del máster:
13.200 euros.



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

VIVE UNA EXPERIENCIA TRANSFORMADORA



master@euncet.com / 935 476 066 / 680 582 321 📞
www.euncet.com

