

Máster en

# Marketing Estratégico y Digital

# Sabes que puedes marcar la diferencia, es hora de hacerlo

LO QUE  
NECESITAS  
SABER

Vivimos en un entorno marcado profundamente por las nuevas tecnologías que están transformando todos los sectores a una velocidad vertiginosa.

Esta disrupción ha impactado directamente en la relación de las marcas con los clientes y en el desarrollo de nuevos patrones de compra en los consumidores, impulsando un nuevo paradigma del marketing que está cambiando la forma de generar valor en las empresas, convirtiendo a sus clientes en el verdadero centro de las organizaciones.

Las empresas tienen el reto de reemplazar sus modelos de gestión del marketing y ventas que permitan generar resultados de negocio, y al mismo tiempo relaciones sostenibles y relevantes con sus clientes.

Los profesionales del Marketing necesitamos hoy más que nunca reforzar nuestra formación y evitar el riesgo de quedar obsoletos en un mercado extremadamente competitivo.

Bienvenido.

**Semipresencial**  
con **9 meses** de duración

**500 horas** de formación con  
grandes profesionales

Viernes de **16:00 a 20:00** y  
sábado de **9:00 a 13:00**

Compatible con tu  
**actividad profesional**

Contenidos online de  
**Harvard Business Publishing**

**ESM**

European  
School of  
Management

Since 1992



**Harvard  
Business  
Publishing  
Education**



ESM es una escuela de innovación, colaboración y excelencia.

Si tienes grandes proyectos, es el mejor lugar para llevarlos a cabo.



### **PROFESORES**

El mejor profesional en cada área



### **FORMATO**

Blended learning



### **ENFOQUE**

Estratégico, transversal e innovador



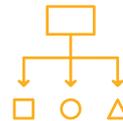
### **NETWORKING**

+ de 1200 alumnos



### **EXPERIENCIA**

Eventos beyond the line



### **METODOLOGÍA**

ESM + Harvard Business Publishing

## **Razones para estudiar el master en marketing estratégico y digital**

**1**

### **Desarrollar tus competencias**

Potenciar los conocimientos de marketing en todas sus áreas, con especial énfasis en la estrategia y el paradigma digital.

**2**

### **Aumentar tu expertise**

Conocer las metodologías y herramientas que permiten diseñar el nuevo modelo transversal del marketing y que formulan el nuevo plan estratégico integral de marketing y ventas.

**3**

### **Entender al nuevo consumidor**

Su comportamiento, su posición frente a las marcas, sus demandas dinámicas y su proceso de decisión de compra.

**4**

### **Tener visión estratégica**

Adquirir una perspectiva global consiguiendo la capacidad de integrar y cohesionar el plan de marketing con los objetivos estratégicos de la compañía.

**5**

### **Mejorar tu futuro profesional**

Estarás en contacto con las empresas más relevantes de canarias facilitando tu crecimiento profesional y la entrada al mercado laboral.

# Claustro docente

---



## Nicolás Gruber

*Director Nuevos Negocios Atresmedia*

Es Licenciado en Publicidad y RR.PP y Master PDG por el IESE.

Con más de 20 años de trayectoria en Atresmedia, ha participado en la creación, lanzamiento y promoción de líneas de negocio muy destacadas y de productos derivados de marcas de entretenimiento reconocidos internacionalmente.



## César Manzanera

*CEO & Founder de Witis | Consultor de estrategia digital*

Con más de 15 años de experiencia en el mundo de la comunicación, centrados en el ámbito digital y social media, ha liderado equipos en agencias como Omnicom PR y Havas Creative, como responsable de estrategia digital de marcas como Disney, Merck, FCA, IKEA o Ecovidrio.

En 2021 presentó Witis, agencia creativa independiente especializada en branded content en el territorio de la música y el entretenimiento. En paralelo, realiza consultoría estratégica para marcas como Estrella Galicia, CaixaBank, Guía Michelin o Grupo Catalana Occidente en Epsilon.



## David de Diego

*Director de Marketing del C. D. Tenerife*

Diplomado en Ciencias Empresariales y Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, ha desarrollado toda su trayectoria profesional en el mundo del marketing.

Ha ejercido como responsable de marketing y comunicación del Grupo Hospiten. Actualmente es el Director de Marketing, Patrocinios y Desarrollo de Negocio del C. D. Tenerife.



## Eduardo Martell

*Directivo Marketing*

Miembro del Comité de Dirección. Licenciado en ADE, MBA por el IE y Máster en Dirección de Empresas de Retail.

Ha desarrollado toda su carrera profesional ligado al marketing, como KAM, Bran Manager o Trade Marketing, liderando campañas de ON y OFF en grupos como Dinosol y CCC, como marketing manager.

# Claustro docente

---



## Fernando Moroy Hueto

*Presidente del Chapter de Madrid de la Red de Business Angels Keiretsu de San Francisco*

Miembro del Consejo Asesor de varias empresas y startups ha trabajado en funciones de alta dirección durante más de 35 años en las principales instituciones financieras del país (BBVA, Caixabank).

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Licenciado en Ciencias Físicas. Es también actualmente Profesor de Finanzas y Estrategia en varias Universidades y Escuelas de Negocio nacionales e internacionales. Miembro del TopTen Management Spain.



## Manu Ageitos

*Director Creativo en Fletcher*

Graduado en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos, Máster en Psicología Social y Máster en Branding, Dirección de Marca e Identidad Corporativa.

Manu ha gestionado marcas nacionales e internacionales, en grupos como Restalia, y en agencias de prestigio. Siempre ligado a la creatividad, al diseño y al branding.



## María Méndez Castro

*Técnico del Gobierno de Canarias | Gerente de Promotur durante 10 años*

Licenciada en Ciencias Económicas y Postgrado en Economía Europea, María ha liderado Promotur llevando la marca Islas Canarias al reconocimiento mundial.

Ha recibido numerosos reconocimientos en los International Travel & Tourism Awards, como la mejor campaña digital por 7 islas que se convirtieron en 47 o la mejor campaña de relaciones públicas por StopBlueMonday.



## Alejandro González

*Director Gerente en Rahn Star*

Licenciado en Economía por la Universidad de La Laguna, MBA por el Instituto de Empresa y Máster en Digitalización de Empresas por The Valley.

Comenzó su carrera profesional en el Grupo Rahn y tras su paso por First Data Ibérica volvió al sector de la automoción como jefe de ventas de turismos de Mercedes Benz, donde continuó como responsable de marketing y ventas del grupo hasta llegar a la posición de Gerencia.

# Claustro docente

---



## Raúl Medina

### *Director Artefacto Digital*

Es Licenciado en Ciencias de la Información y en Relaciones Laborales, Máster en Dirección de Marketing, Máster MBA, Máster en Big Data y Business Analytics.

Ligado al mundo de la comunicación y del marketing digital ha desempeñado puestos como Jefe de Comunicación del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, Director de Marketing de Loro Parque o Director de Grandes Cuentas en España y Colombia, gestionando marcas tan importantes como Mediaset, Atresmedia, RadioTelevisión Española, Grupo Prisa o UNICEF. Actualmente trabaja en su propia consultoría de marketing digital y estratégico.



## Victor Morales Saavedra

### *Responsable de Comunicación, RR.II. y Sostenibilidad de Coca Cola European Partners Iberia de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife*

Grado Superior en Administración y Finanzas, Máster en Relaciones Públicas, Protocolo, Gestión de equipos, Marketing y Comunicación.

Ha desarrollado su carrera profesional (29 años) en Coca Cola European Partners, en los departamentos de Publicidad y Relaciones Públicas, Marketing y Comunicación.



## Mayer Trujillo

### *Director de Contenidos de COPE Canarias | Director del programa La Mañana de COPE Canarias*

Profesor de la Facultad de Periodismo, ha sido editor jefe de Canarias Radio La Autónoma, presentador de Canarias Directo en Televisión Canaria y director y presentador del programa "30 minutos" de Televisión Canaria.

Mayer es Licenciado en Biología y Máster en Enología. Licenciado en Periodismo y Doctor en Periodismo, en la especialidad de Periodismo Científico y Coach ICF por la Escuela Liderazgo.

# Contenidos

---

## **EL PLAN DE MARKETING EN EL NUEVO CONTEXTO EMPRESARIAL**

- ▶ Creación de una empresa orientada al consumidor.
- ▶ Herramientas de investigación cuantitativa y cualitativa de los clientes.
- ▶ Principales tendencias y cambios sociales en los consumidores actuales.
- ▶ Posicionamiento estratégico en entornos competitivos.
- ▶ Herramientas fundamentales del marketing digital.
- ▶ Desarrollo de planes integrados de marketing y estrategias centradas en el cliente.
- ▶ Nuevas estrategias de marketing de productos y/o servicios.
- ▶ Políticas de pricing y nuevas herramientas para su gestión.
- ▶ Patrocinio y mecenazgo.

## **GESTIÓN DEL ADTECH Y DEL MARTECH**

- ▶ Disciplinas para entender al consumidor: Sociología y Neuromarketing.
- ▶ Las principales teorías y metodología de innovación: Design Thinking, La estrategia del Océano Azul, innovación colaborativa... Trade Marketing y Category Management.
- ▶ Customer Value & Customer Experience Management.
- ▶ Customer experience: Compra, uso y postventa.
- ▶ Herramientas de Big Data para el marketing.
- ▶ Gestión de los negocios en tiempo real a través del marketing.
- ▶ Customer Journey. Inteligencia artificial y su impacto en los nuevos procesos.
- ▶ Marketing programático y sus implicaciones en la nueva segmentación de los clientes y la creación de un DMP (Data Management Platform).
- ▶ Innovación a través de nuevos puntos de contacto impulsados por el IoT.

## **DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS Y DE GESTIÓN**

- ▶ Finanzas para el marketing.
- ▶ Dirección Estratégica.
- ▶ Retorno de Inversión en Marketing (ROMI) a las decisiones de gestión.
- ▶ Capital relacional-networking.
- ▶ Liderazgo y gestión del talento, los incentivos y la implementación.
- ▶ La construcción de equipos multifuncionales para dar respuesta al nuevo consumidor: La gestión de la marca personal.
- ▶ Emprendimiento y las claves de las startups.

## **COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

- ▶ Content Marketing.
- ▶ Comunicar para emocionar.

## DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS Y DE GESTIÓN

- ▶ Finanzas para el marketing.
- ▶ Dirección Estratégica.
- ▶ Retorno de Inversión en Marketing (ROMI) a las decisiones de gestión.
- ▶ Capital relacional-networking.
- ▶ Liderazgo y gestión del talento, los incentivos y la implementación.
- ▶ La construcción de equipos multifuncionales para dar respuesta al nuevo consumidor:
- ▶ Emprendimiento y las claves de las startups.

## DIGITAL MARKETING CANVAS Y GESTIÓN DEL MADTECH

- ▶ Conceptos para no perderte.
- ▶ La estrategia de marketing digital.
- ▶ Desarrollo web. Construir un site para vender.
- ▶ Desarrollo y posicionamiento de una App.
- ▶ Análisis del posicionamiento SEO.
- ▶ Posicionamiento SEM: Google Ads: Search & Display, Social Ads (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Tik Tok), marketing de afiliación, publicidad programática y posicionamiento de contenido noticiable.
- ▶ Análisis de Métricas (CPC, CTR, etc.).
- ▶ Inbound Marketing e integración de sistemas.
- ▶ eCommerce.
- ▶ Marketing Digital Disruptivo. Innovación en tus estrategias de marketing digital.
- ▶ Marketing automation & Big Data aplicado a negocio.
- ▶ Gestión de redes sociales: Tendencias en comunicación de redes sociales en 2021.
- ▶ Innovación y nuevas Redes Sociales.
- ▶ Marketing de influencia.

## BRANDING

- ▶ Introducción al branding. ¿Qué es una marca?
- ▶ Análisis e investigación: Metodologías y herramientas, diagnósticos y auditoría, sistemas de valoración de marca, métricas de branding.
- ▶ Creación y gestión de marca: Brand equity. Propuesta de valor, esencia, promesa y posicionamiento. Valores de marca. Arquitectura de marca.
- ▶ Identidad verbal de marca: Desarrollo de namings. Tagline. Storytelling.
- ▶ Identidad visual de marca: Territorios creativos. Desarrollo de conceptos. Manuales de marca.
- ▶ Entornos de marca y elementos de identidad: físicos, impresos y digitales.
- ▶ Espacios de marca. Espacios corporativos de marca. Experience Look&Feel.
- ▶ Productos y servicios: Packaging, punto de venta, identificación de producto.
- ▶ Activación de marca. Brand journey. Experiencia de marca. Briefings de comunicación.
- ▶ Herramientas de gestión de marca y comunicación: manual de identidad y brand book. Brand Guardianship. Creación y gestión de Brand Centers.
- ▶ Construcción y desarrollo del valor de las marcas más allá del beneficio directo.

## OFF



# Formamos líderes

“ESM es una gran Escuela de Negocios con profesores del principal sector económico de Canarias, un magnífico temario y dirección académica, y hablo por la experiencia que tengo”

**D. José Manuel Jiménez Naranjo.** *Empresario, miembro de la Junta Directiva de FEPECO y alumni ESM.*

“Mi experiencia en ESM es magnífica. El grupo de profesionales docentes que tiene acredita la calidad de su formación, que ha dado como resultado sucesivas generaciones de empresarios que se han ido incorporando a la actividad económica en nuestras islas”

**D. Luis Francisco González Sosa.** *Director General TAGUA. Ex-presidente Asociación Jóvenes Empresarios y Alumni ESM.*

“Tengo que reconocer que le tengo cariño a ESM, donde tuve un período de mi vida importante, donde me formé y emprendí mi camino de cara al futuro. Realicé prácticas en grandes empresas de nuestra isla y me inicié en la emprendeduría. Estoy satisfecho y orgulloso de haber estudiado aquí y si volviese para atrás volvería a hacerlo”

**Sr. D. Manuel Domínguez González.** *Alcalde del Ayuntamiento de Los Realejos y alumni ESM.*

“Quiero felicitar a ESM, una escuela universitaria, una escuela reconocida, avalada por muchos magníficos profesionales y alumnos brillantes”

**Excma. Sra. Dña. Milagros Luis Brito.** *Consejera de Educación y Universidades del Gobierno de Canarias. 2008-2011. Vicepresidenta Zona Especial Canaria.*

## Empresas Mentoras





[www.esmtenerife.com](http://www.esmtenerife.com) · [informacion@esmtenerife.com](mailto:informacion@esmtenerife.com)

☎ 922 820 889

☎ 653 670 399



📍 C/ Villalba Hervás nº 12 planta 2  
Santa Cruz de Tenerife · 38002