

# GLOBAL MANAGEMENT PROGRAM DIGITAL MARKETING

+ Master in Digital Marketing  
[MDM]

- Título propio español 🇪🇸
- No homologable

Debes cumplir con los siguientes  
requisitos para obtener el título  
de master propio:

- 11 meses de estudio de Global
- Managament Program
- Asistencia a la semana internacional
- Entrega de TFM, trabajo final de master





# 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 cursos de ESIC, premiando su liderazgo y situándola en la primera posiciones de múltiples rankings.

## Forbes

|                                                       |                                       |               |                                  |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------|----------------------------------|
| <b>1</b>                                              | <b>1</b>                              | <b>1</b>      | <b>1</b>                         |
| España<br>Nuevos graduados<br>y jóvenes profesionales | España<br>Directivos de<br>alto nivel | España<br>MBA | España<br>Programas<br>Executive |

## EL MUNDO

|                     |                                |                               |                                       |
|---------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|
| <b>1</b>            | <b>1</b>                       | <b>3</b>                      | <b>4</b>                              |
| España<br>Marketing | España<br>Comercio<br>Exterior | España<br>Recursos<br>Humanos | España<br>Comunicación<br>Corporativa |

## Bloomberg Businessweek

|                                  |
|----------------------------------|
| <b>23</b>                        |
| Europa<br>Escuela de<br>Negocios |



|                     |                            |                                 |                     |                      |
|---------------------|----------------------------|---------------------------------|---------------------|----------------------|
| <b>12</b>           | <b>34</b>                  | <b>34</b>                       | <b>34</b>           | <b>50</b>            |
| Europa<br>Logística | Europa<br>Executive<br>MBA | Europa<br>Business<br>Analytics | Europa<br>Marketing | Europa<br>Management |



|                                  |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <b>40</b>                        | <b>87</b>                        |
| Global<br>Escuela de<br>Negocios | Global<br>Escuela de<br>Negocios |



|                                                                                      |                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>5</b>                                                                             | <b>19</b>                        |
| Global<br>Mayor selección de programas en áreas<br>de Marketing, Tecnología y Ventas | Global<br>Escuela de<br>Negocios |



|                         |                      |                     |                    |                               |
|-------------------------|----------------------|---------------------|--------------------|-------------------------------|
| <b>37</b>               | <b>41</b>            | <b>47</b>           | <b>49</b>          | <b>85</b>                     |
| Global<br>Executive MBA | Global<br>Management | Global<br>Marketing | Global<br>Finanzas | Global<br>Escuela de Negocios |



|                    |               |                               |                         |
|--------------------|---------------|-------------------------------|-------------------------|
| <b>4</b>           | <b>24</b>     | <b>30</b>                     | <b>41</b>               |
| Global<br>Finanzas | Global<br>MBA | Global<br>Escuela de Negocios | Global<br>Executive MBA |

|                                           |                                             |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <b>1</b>                                  | <b>5</b>                                    |
| Ibero América<br>Marketing Digital Online | Ibero América<br>Centro de Formación Online |

## elEconomista

|                                     |
|-------------------------------------|
| <b>5</b>                            |
| Ibero América<br>Innovación Digital |



|                                                                     |                                                                                                     |                                                                                          |                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2</b>                                                            | <b>2</b>                                                                                            | <b>2</b>                                                                                 | <b>57</b>                                                                     |
| España<br>Empresa con mayor<br>reputación en el Sector<br>Formación | España<br>Universidad y Escuela de Negocios<br>con mayor capacidad para atraer y<br>retener talento | España<br>Universidad y Escuela de Negocios en<br>Responsabilidad y Gobierno Corporativo | España<br>Eduardo Gómez Martín, Director<br>General de ESIC, Líder de empresa |

■ Institucional ■ Escuela de Negocios

## ESIC SEDE MEDELLÍN

Medellín quiere ser el motor de la transformación digital para Latinoamérica. Los gobiernos local y nacional y el sector privado de la ciudad han trabajado juntos en ese propósito, y es así como han conseguido, por ejemplo, que la capital antioqueña se convierta en la sede del Centro para la Cuarta Revolución Industrial para la región, del Foro Económico Mundial.

Entendiendo las grandes oportunidades y necesidades que existen en este escenario, ESIC gestó una alianza sin precedentes con los principales empresarios del país, para hacer viable la llegada de una escuela de negocios de primer mundo, destacada no solo por ser un motor de innovación y de educación en España, sino por formar a exitosos líderes empresariales.

Es así como llega ESIC a Medellín, convirtiéndose en el campus número 13 de la escuela en el mundo y su puerta de entrada hacia América Latina.

ESIC sede Medellín cuenta con un Consejo Asesor, integrado por conocedores y protagonistas del mundo empresarial como Sylvia Escovar, Maria Bibiana Botero, Andrea Isaac y David Bojanini; quienes brindan una visión de hacia dónde se debe volcar la educación para que esta sea pertinente, transformadora, relevante, de vanguardia y se adapte a las demandas que surgen de la tensión y la relación profunda entre lo local y lo global.

ESIC sede Medellín también tiene un Consejo de Fundadores, un grupo de 8 empresas de distintos sectores productivos que, por su peso y relevancia en el país, son parte fundamental a la hora de formular los retos que alimentan la metodología innovadora que trae ESIC sede Medellín. Las compañías que hacen parte de los miembros fundadores son: Grupo Bancolombia, Crystal, Movistar, Pactia, Grupo Bios, Accenture, Postobón y Sura.

Gracias al modelo educativo que plantea ESIC sede Medellín, los estudiantes de Educación Continua, de Pregrado y Posgrado se formarán gracias al balance entre un componente teórico y la solución de retos empresariales reales y actuales, los cuales son aportados por los miembros del Consejo de Fundadores, lo que sin duda aporta una mirada esencial del futuro de los negocios, de la economía y de la sociedad.

Los estudiantes de ESIC sede Medellín podrán tener la tranquilidad de que se están formando en las carreras, posgrados y programas de educación continua que requerirá la sociedad, y los empresarios tendrán la certeza de que contarán con el mejor talento nacional para enfrentar los retos que conlleva un mundo hiperconectado y que cada vez más confía en la tecnología como una herramienta que está al servicio de los seres humanos.

# GLOBAL MANAGEMENT PROGRAM DIGITAL MARKETING

+ Master in Digital Marketing

---

## PROPÓSITO DEL MASTER

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 alumnado 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.

## DIRIGIDO A

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

## HABILIDAD PERSONAL

- > 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, etc.
- > 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.

### PERFIL DE SALIDA

- > Digital Marketing Manager // Responsable marketing digital.
- > Social Media Manager
- > SEO/SEM 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 Marketig Digital para mejorar la presencia y ventas de su empresa.

**Conviértete 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.**

## 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 master.



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:



### **VPROGRAMA CERTIFICADO POR LA EFMD**

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



### **MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA DIGITAL**

Evolución de la metodología y contenidos con la máxima actualización.



### **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**



### **PEDAGOGÍA TEÓRICO-PRÁCTICA**

Basada en resolver retos reales actuales de grandes empresas colombianas.



### **INMERSIÓN INTERNACIONAL EN MADRID, ESPAÑA**



# 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.



### 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

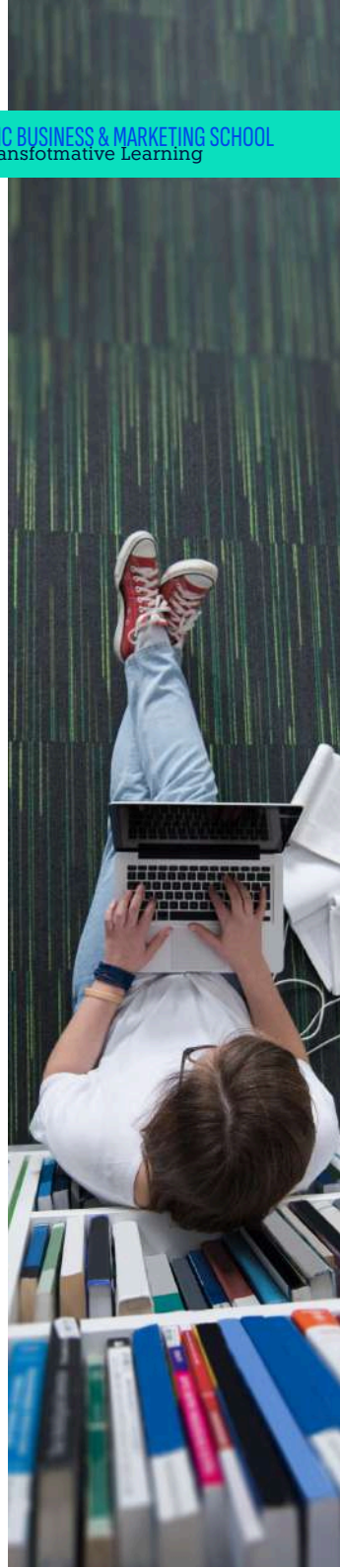
 Aplicación de casos de estudios y retos

 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



## Módulo 1

### ESTRATEGIA EN MARKETING DIGITAL

|                                                |                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                             |                                                                                         |                                                                 |                                                                                      |                                 |                                                         |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Diseño y creación de un marketing digital (I). | Diseño y creación de un plan de marketing digital (II) Cliente como centro del plan de marketing digital y segmentación, y definición del público objetivo. | Diseño y creación de un plan de marketing digital (II) Cliente como centro del plan de marketing digital y segmentación, y definición del público objetivo. | Digital customer journey: los nuevos procesos de decisión de compra y customer centric. | Planificación y gestión digital de la relación con los clientes | Los fundamentos del análisis y la segmentación de clientes y técnicas fundamentales. | Métricas del marketing digital. | Rentabilidad económica de un plan de marketing digital. |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------|

## Módulo 2

### WEB AND MOBILE MARKETING: SEO & ASO

|                                                |                                                                                                                       |                                                  |                                       |                                                      |                                                 |                                        |                                                            |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Dirección y desarrollo de proyectos digitales. | Experiencia de usuario (UX): conceptos clave para el éxito de una página web y técnicas de investigación de usuarios. | Fundamentos de analítica web y Google Analytics. | Implementación GTM + GA + DataStudio. | SEO: copywriting e investigación de palabras claves. | SEO Off-Page: campañas de link building y KPIs. | Diseño y desarrollo de una App mobile. | Medios de pago online y atención al cliente en e-commerce. |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------------------------|

## Módulo 3

### SEM Y MEDIOS DIGITALES

|                 |                                                                    |                                       |                                         |                                                                                                                                      |                                                                             |                                     |                                                                                   |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Estrategia SEM. | Otras opciones en SEM: Google Display network, YouTube y Bing Ads. | Estrategia y planificación de medios. | E-mail marketing y affiliate marketing. | Display: compra programática y publicidad nativa, digital TV. Técnicas principales para la creación y optimización de landing pages. | Aspectos legales del análisis de marketing, publicidad y contenido digital. | Google Adwords y editor de Adwords. | Las métricas y el análisis de resultados de la inversión en los medios digitales. |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|

## Módulo 4

### SOCIAL MEDIA

|                                                                         |                                                              |                         |                          |                                                                                 |                                                                    |                                                             |                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Contenido, planificación y analítica en una estrategia de social media. | Blog marketing y creación de contenidos para redes sociales. | ORM y social listening. | Marketing de influencia. | Social media Ads: estrategia y planificación (Facebook, Instagram y Pinterest). | Social media Ads: estrategia y planificación (Twitter y LinkedIn). | Social media Ads: estrategia y planificación (YouTube Ads). | Uso profesional de las redes sociales: marca personal y social selling. |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|

## Módulo 5

### DATA GOVERNANCE

|                                                                                   |                                                                         |                                |                                              |                                                                           |                |                                                    |                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Marketing automation: el nuevo ecosistema de medios y las implicaciones en datos. | Inbound marketing: automatización de ventas digitales en marketing B2B. | Big data aplicado al marketing | AI, Machine Learning y Business Intelligence | Soluciones tecnológicas: Data Lakes, DevOps, e-commerce, mobile, IoT, ML. | Robótica: RPA. | Omnicanalidad y digitalización de puntos de venta. | Del modelo On Premise al Cloud Computing. |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------|

### TRABAJO FIN DE MASTER

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

## Nuestro Programa

- Fecha de inicio: **Octubre 2026**  
Fecha de finalización: **Septiembre 2027**  
Duración: 11 meses

- 5 módulos de asignaturas de 8 semanas de duración  
1 inmersión internacional  
Madrid, España: obligatoria  
**Fecha: Pendiente por definir**

\*Información sujeta a cambios.

## Días y Horarios

| DÍA       | HORA              | FORMATO | CLAUSTRO |
|-----------|-------------------|---------|----------|
| Martes    | 6:00 pm a 8:00 pm | Online  | 🇪🇸       |
| Miércoles | 7:00 am a 8:30 am | Online  | 🇪🇸       |
| Viernes   | 4:30 pm a 7:00 pm | Online  | 🇪🇸       |

- La duración total del programa es de 340 horas
- Al finalizar cada módulo, viernes y sábado es asistencia presencial en el campus

| DÍA     | HORA                | FORMATO    | CLAUSTRO |
|---------|---------------------|------------|----------|
| Viernes | 13:00m. - 7:30 p.m. | Presencial | 🇪🇸       |
| Sábado  | 8:00am. - 1:00 m.   | Presencial | 🇪🇸       |

## ASIGNATURAS

### ESTRATEGIA EN MARKETING DIGITAL

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.

### SEO/WEB/APPS

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.

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 a digital como plataforma principal de conversión y relación con cliente.

### 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 diseñada para que los alumnos aprendan a gestionar la actividad que las marcas deben llevar a cabo en el entorno de los medios sociales (SMP: social media plan) y cómo este plan debe ser compatible con el resto de acciones digitales que las empresas llevan a cabo para conseguir diferentes objetivos. Los alumnos aprenderán a diseñar y planificar una estrategia de social media que incluya la determinación de objetivos, la selección de redes sociales, la inclusión de los diferentes activos que intervienen en la publicación de contenidos y la diferenciación entre contenidos orgánicos y de pago.

### MARKETING AUTOMATION, AI Y BIG DATA

Este curso tiene el propósito de descubrir cómo el nuevo entorno tecnológico basado en los datos y en la inteligencia artificial permiten mejorar la eficiencia de las acciones de marketing y cómo ha cambiado desde la compra y venta de medios, hasta el desarrollo de las acciones de marketing a través de la automatización de tareas y las predicciones basadas en los datos, así como el comportamiento del usuario. El alumno descubrirá mediante el conocimiento de diferentes herramientas cómo aplicar la Inteligencia Artificial y el Big Data de forma sencilla e intuitiva, sin profundizar en conocimientos técnicos o de programación.



### - 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 master. Si el master incluye viaje curricular propio, no se podrá acceder al Business Study Tour.



## Inmersión Internacional



Madrid/ España: [Obligatoria]

Inmersión Internacional en donde trabajaremos a fondo el desarrollo de habilidades profundas, fundamentales para los roles de liderazgo y management.

**Fecha: pendiente por definir**

Google

Pinterest

salesforce

airbnb

STANFORD  
UNIVERSITY

Microsoft

zoom

**\*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.

## TRABAJO FIN DE MASTER

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.

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



**ILDEFONSO  
TÉBAR**

Commercial,  
Marketing &  
Digital Director  
at AMC Networks  
International  
Southern Europe



**ALEJANDRO  
LÓPEZ RIOBÓ**

Executive Director.  
Antipodes Digital



**JOSÉ MARÍA  
VISCONTI  
CAPARRÓS**

Commercial,  
Marketing &  
Digital Director  
at AMC Networks  
International  
Southern Europe



**JORGE JUAN  
AGUILAR  
GARCÍA**

CMO. Ecommerce |  
Digital Business  
Marketing & Sales  
B2C & B2B.  
Consultor, mentor  
and profesor  
Southern Europe



**CARLOS  
NÚÑEZ  
ARRABAL**

Consultor/  
desarrollador Big  
Data en  
Indizen - Believe  
in Talent Corporativa



**MARTA  
PANERA GARCÍA**

Head of Marketing &  
Communications  
FOREO WE Europe |  
eCommerce and Digital  
Business Professor  
Transformación Digital  
Member at Mensa España



**OSCAR  
LAGE  
SERRANO**

Head of Cyber  
Security  
& Blockchain at  
Tecnalia



**FRANCISCO  
MARISCAL**

Investor &  
Entrepreneur. CEO  
@Fellow Funders.  
Investment Expert  
@ European  
Commission. Partner  
@ Belerofonte Capital



**JUAN RAMÓN  
CAMPOS**

Innovation,  
Consultant, Program  
Director, Researcher,  
PhD in Economics  
and Innovation  
Management



**SANTIAGO  
HERMOSA  
MARTÍN**

CEO @ dobleO - SEO,  
SEM, Analytics, UX  
& Dev



**SERGIO REYES  
RODRÍGUEZ**

VP Gaming & esports  
StartupXplore



**MARCOS ANTONIO  
GARCÍA BLANCO**

Director Ejecutivo y  
socio fundador de  
Gestazon.com



**FRANCISCO  
JAVIER LAHOZ  
SEVILLA**

Head of Big Data  
Engineering  
en Orange España



**MARIANO  
JOSÉ MORENO  
MAJÁN**

Responsable  
del Centro de  
las Tecnologías de la  
Información y de las  
Comunicaciones del  
Congreso de Los  
Diputados



**ALBERTO DE  
TORRES  
PACHÓN**

CEO Nektia. Experto  
en Tecnologías  
Emergentes.  
Ponente, profesor y  
Director Académico



**VIVIANA  
MONTAYA**

Lider de chapter  
en FRAGMA.



**JULIO CESAR  
PIZA**

| Jefe Comercio Digital y  
Omnicanalidad marca  
éxito | eCommerce  
| Marketing Digital |  
Transformación Digital  
| Social Media | Growth  
Hacking | Disrupción  
Digital | Speaker |



**ALICIA  
MEJÍA**

Gerente en  
Thinkicious - Asesoría  
en ecommerce |  
Marketing digital |  
Omnicanalidad.



**JUAN ESTEBAN  
JARAMILLO**

Professional with more than  
35 years of experience, 20  
of which are part of the  
presidency committee of  
one of the most important  
companies in Latin  
America, characterized by  
the use of new concepts  
and technologies.



**SIMÓN  
RESTREPO**

CRM Executive Andean  
Cluster en Philip Morris  
International

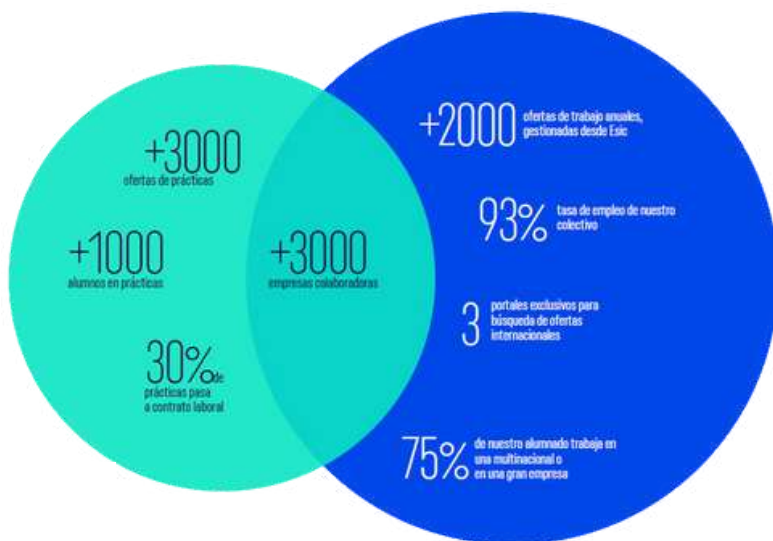


## TE PREPARAMOS PARA TRABAJAR EN LAS MEJORES EMPRESAS DEL MUNDO



### 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



net working 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.



CONTACTO MEDELLÍN  
+57 304 2364804  
info@esic.co