



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

## MÁSTER en ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES (e-business & e-commerce)

SEMIPRESENCIAL

<http://www.ub.edu/e-business/>

**Candidatos:** alumnos con titulación universitaria o alumnos de último curso con una 10% de créditos pendientes de aprobar. Se reservan 5 plazas para profesionales sin titulación.

**Horario de clases:** jueves de 18:00 a 21:30h. También algunos viernes de 18:00 a 21:30h y sábados de 9 a 13h (más seminarios y actividades). Período de octubre a junio. **Las clases se imparten en español** en la Facultad Economía y Empresa, Avda. Diagonal nº 696.

### OBJETIVOS Y SALIDAS PROFESIONALES

La evolución de las tecnologías de la información y Internet en el mundo de la empresa está generando un cambio en los modelos de gestión empresarial. Empresas de base tecnológica, marketplaces de comercio electrónico, portales de clasificados, comparadores de productos,

desarrollo de Apps, son empresas que no siguen la misma fórmula de gestión de las empresas tradicionales, y necesitan innovar en estos procesos.

Si, además sumamos aquellas empresas con modelos tradicionales que se están reinventando y entrando en el mundo virtual de internet, donde sus acciones estratégicas de penetración en los mercados, gestión de la producción, estrategias y acciones de marketing cambian, nos encontramos con un escenario que necesita de nuevos conocimientos para adaptarse.

Si eres un profesional que trabaja o quiere trabajar con empresas con base en Internet, o con tradicionales que quieren dar el salto a Internet, el Máster en Administración de Negocios Digitales de la UB, te puede ayudar en adquirir los conocimientos y experiencia necesaria para ser más competitivo en la nueva era digital.

Los alumnos aprenderán a manejarse con eficacia en los diferentes modelos de negocio que genera Internet. Saber implantar un plan de Internet a una empresa. Descubrir diferentes estrategias de entrada en Internet. Aplicar acciones de marketing digital. Analizar la viabilidad de proyectos Internet o liderar equipos capaces de asesorar o de realizar trabajos de consultoría, así como dominar las herramientas de Inteligencia Artificial que se aplican en los negocios digitales.

### Salidas profesionales:

- Directivos de empresas de base tecnológica Startups
- Empresas de base tecnológica, de aplicaciones APP.
- Empresas de la economía colaborativa en Internet con el apoyo indispensable de internet como Airbnb.
- Empresas del mundo del comercio electrónico, e-retailers.
- Grandes e-marketplaces como Amazon.
- Dirección de marketing digital.
- Empresas de consultoría de internet.
- Empresas .com en general.

## PRÁCTICAS EMPRESARIALES

El máster está adscrito a la Bolsa de Trabajo y Prácticas específica de la Facultad y los alumnos tienen acceso a la general de la Universidad.

Los alumnos que hayan acordado con una empresa una práctica profesional pueden firmar un convenio de prácticas.

Las prácticas no son obligatorias para finalizar el máster y la Universidad se limita a dotarlas de cobertura legal. En última instancia es el alumno y la empresa a título personal quienes las buscan y pactan las condiciones.

## UNIVERSIDAD DE BARCELONA



Los alumnos obtendrán el título de Máster o Postgrado por la Universidad de Barcelona. Con más de 560 años de historia, forma parte de la élite de las mejores universidades del mundo según el *QS World University Ranking*.

El máster mantiene además acuerdos de colaboración con diferentes instituciones y empresas.

## PROGRAMA

### A- MÓDULO INTERNET MANAGEMENT (10 créditos)

I. Introducción al management en Internet. Evolución y características de los modelos de negocio en Internet. ¿Qué es un modelo de negocio? Partes que lo componen. Business Model Canvas y otros modelos para representarlos. Beneficios de innovar el modelo de negocio. Tipologías de modelos de negocio: Razor and blade, Freemium, Franchising, E-commerce, Crowdsourcing, Long Tail, Pay Per Use, etc.

II. Dirigir una empresa en la era de internet; retos y riesgos. Design thinking. Proceso para generar modelos de negocio innovadores. Identificar el segmento de clientes y sus necesidades. Definir la propuesta de valor. Diseñar el resto de los elementos del modelo de negocio. Identificar incertidumbres y riesgos del modelo de negocio propuesto y priorizar incertidumbres y riesgos. Toma de decisiones a partir de los resultados de los experimentos.

III. Cómo crear una ".com". Modelos de negocio ".com", Factores Clave de éxito de un negocio en línea.

IV. Migración o coexistencia de las empresas con modelos de negocio tradicionales hacia el mundo online. Entender y aprender a medir tendencias en Internet para la toma de decisiones. Los factores clave para abordar una estrategia hacia el mundo online con éxito. Herramientas de Inteligencia Artificial que se aplican en los negocios digitales.

Casos prácticos reales de aplicación. La simbiosis y equilibrio entre el marketing y la tecnología. Técnicas y prácticas del traspaso del off-line al on-line.

### B - MARKETING DIGITAL (10 créditos)

V. Planificación del marketing digital; metodología para realizar acciones promocionales y publicitarias efectivas para alcanzar objetivos. Identificación de las acciones más adecuadas en función del negocio. Acciones de la pirámide del marketing online. Metodología.

VI. Atracción de visitas en una estrategia en Internet; estrategia y acciones del posicionamiento en buscadores (SEO-SEM); las redes sociales (SMM), y

otras herramientas de la 2.0. Modelos de negocio en dispositivos móviles y tabletas. Herramientas en el marketing móvil. Promoción y publicidad en dispositivos móviles y tabletas. Venta de productos y promoción en market y App Store. Cómo generar ingresos. Las apps móviles como instrumento de fidelización. Creación de estrategias de SMO para promoción de apps y servicios móviles.

VII. La analítica web para medir el retorno de las acciones en Internet, y su valoración estratégica en el tiempo. Configuración de Google Analytics. Configuración de objetivos y metas. Configuración de las vistas y filtros. Configuración de segmentos avanzados e informes personalizados. Creación de paneles de control.

### C - E-COMMERCE, E-MARKETPLACE, E-LOGISTICS (10 créditos)

VIII. Conversión de visitas a una web; La usabilidad web, la persuasión y la transmisión de confianza.

IX. Fidelización de clientes en línea; la creación de comunidades, y el e-mailmarketing.

X. Gestión del e-commerce, e-marketplaces, y su implicación. La decisión de trabajar un e-commerce propio de la empresa. Puntos clave. Tecnologías del comercio electrónico. Seguridad y Sistemas de pago. La logística del comercio electrónico. Aspectos legales y marco jurídico del comercio electrónico. Participar en los e-marketplaces como Amazon, eBay, Taobao, etc.

XI. e-logistics. Introducción a la logística del comercio electrónico, el e-fulfillment y su planificación.

### D- PRACTICUM (30 créditos)

Para la conclusión del máster el alumno debe realizar un Practicum o una tesina que integre los conocimientos adquiridos durante el curso y que el alumno prefiera profundizar. El Practicum o tesina es susceptible de convalidación por prácticas empresariales.

## FORMATO Y EVALUACIÓN

En formato es **semipresencial**, se utiliza el método del caso, masterclases, seminarios, y análisis de experiencias empresariales. El sistema de evaluación global del máster para decidir la superación del mismo combina la evaluación continua, examen y la evaluación del trabajo final de máster (TFM), así como la asistencia en clases, que se valorará a título individual en claustro de profesores a final de curso.



## TITULACIÓN Y PRECIOS

Los alumnos obtendrán el título de Máster o Postgrado por la Universidad de Barcelona. Con más de 560 años de historia, forma parte de la élite de las mejores universidades del mundo según el QS World University Ranking. Los títulos propios de máster y postgrado son otorgados y expedidos por la Universidad de Barcelona y estarán firmados por el rector para que puedan legalizarse y surtir efecto en otros países según su normativa y su adhesión al Convenio de la Haya. Las actas de notas constarán en los archivos de la Facultad de Economía y Empresa.

Importe de la matrícula: **3.940 €**

## MÁS INFORMACIÓN

Secretaria y coordinacion general: Dra. Montse Crespi-Vallbona facultad economía y empresa - departamento de empresa - diagonal 690 Barcelona mcrespi@ub.edu tel.: 665638185

Coordinación académica: Sr. Victor de Francisco

## PREINSCRIPCIÓN Y MATRICULA

El periodo de preinscripción está abierto todo el año y se asignan las plazas por riguroso orden de preinscripción hasta completar el grupo. Las plazas son limitadas.

**Para la preinscripción se requiere enviar por mail:** 1. Currículum Vitae en español. 2. La Solicitud de Admisión. Una vez reciba la confirmación de admisión por mail deberá realizar el pago de la preinscripción de 400€ mediante un link de la universidad, pago a descontar de la matrícula.

En el caso de alumnos extranjeros que requieran de alguna carta de admisión al máster -postgrado para tramitar el visado o trámites de pago etc., pueden mandar un email solicitándola.

La **matrícula oficial** puede efectuarla presencialmente en septiembre-octubre del año en curso en la Facultad de Economía y Empresa (Av. Diagonal, 690). La parada de metro más cercana es la de Palau Reial o Zona Universitaria - Línea 3.

Ese día **deberá entregar los documentos exigidos para matricularse**. Si tienen estudios universitarios necesitará el original + una fotocopia (la

universidad realiza las compulsas) del título universitario +original y fotocopia del expediente académico (si el título es de fuera de la UE deberá legalizarlo, apostillarlo y si el idioma no es español o inglés debe traducirlo al español) + fotocopia del DNI o pasaporte.

Es recomendable visitar las webs detalladas para más información:

<http://www.ub.edu/acad/es/acceso/internacionales/posgrado.htm>

## PROFESORES

Visitar <http://www.ub.edu/e-business/profesores/> para ver la lista de profesores actualizada.

