



Título de la Universidad Politécnica de Valencia
**Máster en Dirección, Gestión y
Análisis de Negocios Digitales**
DIGITAL - MBA

DIGITAL
MBA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



XVII EDICIÓN



¿Quieres ser Especialista en Dirección y Gestión de Negocios Digitales?

**DIGITAL
MBA**



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



XVII EDICIÓN



Datos generales

El Máster de Dirección y Gestión de Negocios Digitales forma a l@s alumn@s con los conocimientos y competencias de **director/-a general de un negocio digital**, con una visión estratégica de internet y las herramientas para organizar, dirigir y controlar todos los aspectos clave en la generación de valor de negocios digitales.



Duración:

Octubre 2025 a Diciembre 2026. 90 ECTS.

Modalidad:

Semipresencial (viernes+sábado) u ONLINE 100%

Dirigido a:

- Directivos de empresas tradicionales y de empresas digitales que deseen especializarse en las áreas clave de los negocios digitales.
- Mandos intermedios que deseen adquirir las competencias para la dirección de negocios digitales.
- Titulados universitarios: ADE, Negocios Internacionales, Marketing, Publicidad, Turismo, Diseño, Arquitectura, Ingeniería, Derecho o Informática.



XVII EDICIÓN



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Objetivos generales

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en el desarrollo profesional de negocios digitales.

Al finalizar el máster, el alumno será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional:

- Desarrollar estrategias para crear nuevas oportunidades en mercados existentes.
- Entender el entorno competitivo en el que se desarrolla nuestro negocio digital.
- Desarrollar estrategias para crear nuevos mercados y nuevas empresas digitales.
- Ser capaz de desarrollar un plan de negocio digital.
- Conocer en profundidad las fases de creación de una empresa digital.
- Implementar estrategias de digitalización de un negocio, tomando las decisiones correctas para alcanzar los objetivos planificados.
- Analizar e identificar factores generadores de dificultades u oportunidades en entornos digitales.
- Liderar procesos de cambio en la empresa basados en la digitalización.
- Llevar a cabo estrategias de marketing digital, aplicando herramientas SEO.
- Identificar los cambios necesarios para la mejora en la gestión y dirección de la empresa, basado en la orientación de la estrategia al entorno digital.
- Desarrollar habilidades directivas necesarias para liderar el crecimiento y expansión de empresas que operan en entornos digitales.
- Saber gestionar las herramientas de monitorización online para entender el alcance de las campañas de marketing.
- Entender la analítica web y las métricas digitales de las herramientas que utilizamos.
- Comprender las nuevas tendencias a través de los teléfonos móviles.
- Aprender los nuevos activos digitales: big data, business intelligence, e-logistics, etc.



Salidas profesionales:

- Director general de un negocio digital.
- Igualmente, este máster te capacita para gestionar la estrategia digital, así como la reputación online y las relaciones con bloggers, redes sociales, portales, medios digitales, etc.
- Otras opciones de perfiles profesionales: responsable de comercio electrónico; consultor SEO, desde la perspectiva del negocio online y empleando herramientas de marketing digital.
- Los perfiles profesionales más demandados y para los que prepara el máster son: Big Data, Marketing Digital, Posicionamiento Web, Consultor digital, Analista web o Community Manager.
- El máster dispone de una extensa base de datos de empresas que buscan a los titulados en el Máster.
- Profesionales de empresas como Amazon, Vodafone, IKEA, El Corte Inglés, Starbucks, Alibaba o Meliá Hoteles intervienen como docentes en los webinars.
- Amplía tu red de contactos. El máster ofrece seminarios con empresarios, ex alumnos, cenas de grupo con el fin de mejorar la red de contactos personal.



Titulación:

El alumno recibe un certificado de aprovechamiento de cada materia y tras finalizar con éxito, obtendrá el título de Máster de Formación Permanente en Dirección, Gestión y Análisis de Negocios Digitales por la Universidad Politécnica de Valencia.



* Opción de título apostillado

Profesorado y tutorías:

- El programa máster cuenta con un equipo docente de prestigiosos profesionales en activo que le dan un carácter eminentemente práctico, así como profesionales del ámbito de la formación, para una mejor tutorización del alumnado (acompañamiento a lo largo de todo el curso, creando un vínculo de unión y una vía de comunicación bidireccional).
- Cada uno de los módulos cuenta con un profesor responsable, especialista en la materia y que se encarga de mantener actualizados los contenidos así como de las sesiones presenciales y de aquellas dudas que puedan necesitar una explicación adicional.



Contenido:

MÁSTER	BLOQUE		MÓDULOS	
	1	DIRECCIÓN, GESTIÓN E INNOVACIÓN DIGITAL	Módulo 1.	Entorno competitivo y estrategia digital
			Módulo 2.	Creación y gestión de negocios digitales
			Módulo 3.	Emprendimiento e innovación digital
			Módulo 4.	Business plan en la era digital
	2	OPERATIVA DIGITAL	Módulo 5.	Gestión de contenidos en internet
			Módulo 6.	Nuevas tendencias en posicionamiento web SEO/SEM
			Módulo 7.	Reputación online, analítica web y netnografía
			Módulo 8.	Inbound Marketing
			Módulo 9.	Marketing y redes sociales
			Módulo 10.	Big data marketing
	3	NUEVOS ACTIVOS DIGITALES	Módulo 11.	Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro
			Módulo 12.	Modelos de negocio y tecnologías móviles
			Módulo 13.	Big data y Business Intelligence
			Módulo 14.	Fintech: Criptoactivos
	4	APLICACIÓN EMPRESARIAL	Módulo 15.	Investigación en Digital Management
			Módulo 16.	Trabajo Final de Máster
			Opcional	Prácticas en empresa





Contenido desarrollado:

BLOQUE 1. DIRECCIÓN, GESTIÓN E INNOVACIÓN DIGITAL

Módulo 1. Entorno competitivo y estrategia digital

Entorno económico global: Fundamentos, globalización de la empresa y los mercados financieros, Emprendimiento y nuevos mercados

Finanzas corporativas: Política financiera y crecimiento, Métodos de valoración de empresas, Estructura de capital y apalancamiento financiero

Análisis económico de decisiones: Control Presupuestario, Análisis de la competencia. Análisis comparativo, Toma de decisiones, La inversión o desinversión empresarial

Sistemas y tecnologías de la información en la empresa: Evolución del modelo de IT, Organización y Departamento IT, Tecnologías de la información y entorno económico

Estrategia corporativa y estrategia tecnológica: Creación de valor para clientes y accionistas, Decisiones estratégicas de SI/TI, Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital

Sistemas de información para la toma de decisiones: Business Intelligence, Data Warehouse, BSC o Cuadro de Mando Integral

Estrategia digital: Estrategia tecnológica y su impacto sobre la innovación digital, Planificación estratégica de las tecnologías de la información

Módulo 2. Creación y gestión de negocios digitales

Viabilidad de un negocio digital, Modelos de negocio y de venta online

Modelos de financiación de un negocio digital. Casos de éxito de negocios digitales

Módulo 3. Emprendimiento e innovación digital

Design Thinking, Inteligencia estratégica de la innovación y Entrepreneurship & Innovation

Gestión de Startups: Gestión financiera en empresas de nueva creación, Métricas financieras para Startups, Métodos de valoración y Aspectos legales

Módulo 4. Business Plan en la era digital

El plan de negocio: Business Plan en la era digital, Project Management y Fases de crecimiento de una empresa de nueva creación

Financiación de Startups, Entidades de capital riesgo y capital semilla nacionales e internacionales, Aceleradoras y Lean Management



Contenido desarrollado:

BLOQUE 2. OPERATIVA DIGITAL

Módulo 5. Gestión de contenidos en internet

Los CMS. Significado e impacto. Desarrollo de una página web con WordPress. PhpBB. Gestión de foros. 5.4. Casos prácticos con Moodle. Creación de una tienda virtual (diseño e-commerce)

Módulo 6. Nuevas tendencias en posicionamiento web SEO/SEM

Introducción al posicionamiento web. Arquitectura Web. Búsqueda de palabras clave. Posicionamiento "On Page" y "Off Page". Técnicas "Black Hat" y penalizaciones. Link Building. Google Analytics. Posicionamiento para dispositivos móviles. Herramientas prácticas para el análisis y medición de resultados. Casos prácticos aplicados a empresas

Módulo 7. Reputación online, analítica web y netnografía

Métricas para la medición de la reputación online de una empresa. Implementación de herramientas de medición de tráfico web. Herramientas UserCentric y SiteCentric. Google Analytics y Herramientas complementarias (embudos, integración con WP, conexión con MailChimp). Netnografía. Aplicaciones prácticas. Herramientas prácticas de SEO/SEM

Módulo 8. Inbound Marketing

Contenidos para difundir a través de diferentes canales (redes sociales, blog o email marketing) con el objetivo de conseguir el menor coste de adquisición de usuario posible y que el usuario obtenga un valor claro en el contenido encontrado.

Módulo 9. Creatividad digital

Explora las posibilidades del diseño web para comunicar de manera original a través de multitud de canales (web, móvil, social media, mail, etc.). Los casos prácticos te acercarán a nuevos códigos del lenguaje y procesos de creación para que puedas desarrollar tus capacidades y convertirlas en una aptitud clave de tu perfil profesional.

Módulo 10. Big data marketing

Aplicaciones prácticas de Big Data en Marketing. Inteligencia artificial en Marketing. Neuromarketing. Gestión avanzada de clientes con Big Data. Herramientas CRM e Inteligencia de Negocio. Proyecto práctico de Big Data Marketing.



Contenido desarrollado:

BLOQUE 3. ACTIVOS DIGITALES

Módulo 11. Innovación, e-logistics y tecnología en la cadena de suministro

Estrategias de innovación. Innovación abierta. Digital e-commerce management. Operaciones y logística en el comercio electrónico. E-Logistics B2C y B2B. Digital pricing. Aspectos legales del e-commerce. El almacén en el e-commerce. Supply Chain Management y tendencias de futuro

Módulo 12. Modelos de negocio y tecnologías móviles

Dispositivos y tecnologías móviles. Sistemas operativos para dispositivos móviles. Diseño de aplicaciones para móviles (Android). Tipos de aplicaciones y servicios para dispositivos móviles. Modelos de negocio basados en tecnología móvil

Módulo 13. Big Data y Business Intelligence

Fundamentos en Big Data y Business Intelligence. Estrategia de gestión basada en datos. Introducción a la minería de datos y aprendizaje automático. Tecnologías de almacenamiento escalable. Adquisición de datos en tiempo real. Herramientas prácticas para el análisis de datos. Casos prácticos de Big Data y Business Intelligence aplicados a la empresa con PowerBI. Utilizaremos aplicaciones de inteligencia artificial.

Módulo 14. Realidad virtual

Aplicaciones empresariales de realidad virtual y aumentada aplicadas a las empresas.

Módulo 15. Criptomonedas: Activos digitales

Blockchain (el negocio de la minería, smart contracts, el hashing, cómo crear tu propia Wallet). ICriptoactivos (Seguridad, NFT, CBDC, Defi). Criptomonedas (Bitcoin, Ethereum, Cardano, Litecoin, Dogecoin, Exchanges). Aplicación al sector Fintech (nuevas tecnologías de pago, casos de éxito)



Contenido desarrollado:

BLOQUE 4. APLICACIÓN EMPRESARIAL

Módulo 16. Investigación en Digital Management

Posibilidad de aplicar un proceso de análisis y modelado digital a la empresa del alumno u otra empresa, en base a sesiones formativas sobre la materia y las herramientas

Módulo 17. Trabajo Final de Máster

Diseño e implementación de un negocio digital desarrollando todas las etapas. Proyecto Final de Máster, preparado para su defensa delante de un tribunal

Optativo. Prácticas en empresa

Hasta 900 horas de prácticas (36 créditos). El alumno ha de buscar la empresa u optar a la oferta del programa máster.



Metodología:

La metodología implantada se denomina “Blended learning” (aprendizaje mixto), que combina lo positivo de la formación presencial (socialización-interacción con los participantes, tutoría presencial, entrenamiento de habilidades, evaluación continua, feedback, etc.) con lo mejor de la formación a distancia (materiales para el aprendizaje autónomo, actualización constante de conocimientos, interacción, rapidez, flexibilidad, etc.)

Esta mezcla de canales de aprendizaje enriquece el método formativo, permite individualizar la formación a cada uno de los destinatarios y cubrir más objetivos del aprendizaje. Conviene destacar que, en gran medida, el éxito de esta modalidad educativa depende del soporte humano con que cuenta. La interacción continua entre todos los participantes (alumnos, coordinadores y profesores) es vital para el éxito en la implementación de esta metodología.

Las sesiones presenciales, programadas los viernes por la tarde y sábados por la mañana, se pueden seguir en directo desde el campus de la Universidad o bien desde casa a través de internet. En el caso de que el horario no sea compatible con el del participante, éste las podrá ver en diferido en cualquier momento (grabación de sesiones).

Trabajo fin de máster y Graduación:

Consta de un proyecto real y puede ser convalidado con prácticas en empresa (opcionales – remuneradas).

La graduación será en el mes de junio 2026.

Prácticas:

El alumno tiene la opción de realizar prácticas en el área de negocios digitales.



Precio:

	PRECIO GENERAL con descuento / 5 cuotas	PRECIO GENERAL/con descuento/ 1 cuota
MÁSTER	3995 euros	3695 euros

Posibilidad de pago aplazado:

Máster: 5 cuotas / cada 2 meses.

Modalidades de pago:

Tarjeta o transferencia bancaria.

Lugar de impartición:

Valencia: Centro de Formación Permanente (CFP) – Campus de Vera

APLICA:

ASESORÍA GRATUITA

www.agentesuniversitarios.com