

**TEKDI**

The Empowering of Knowledge  
Digital Institute ◀

# The Digital Marketing Master

**DIRECTOR DEL MÁSTER**

Juan Merodio



QUÉ ES  
TEKDI

# Instituto de Talento y Profesionales Digitales

TEKDI es la formación definitiva para alcanzar el máximo potencial profesional de ti mismo. Aprende 100% online con los mejores expertos de la industria. Impulsa tu carrera profesional e incorpora las habilidades digitales más demandadas con nuestros cursos y masters online.

Su fundador es Juan Merodio, emprendedor y profesor con más de 20 años de experiencia en el mundo de los negocios, y **ha sido seleccionado en 2019 y 2020 entre las 5 personas más influyentes en Negocios por la revista Forbes.**

TEKDI es el Instituto de Talento y Profesionales Digitales que nace con el objetivo de acercar a todo el mundo las competencias digitales necesarias a través de la formación online y en diversas materias de forma fácil, a precios competitivos y con garantías de la máxima calidad.

# The Digital Marketing Master

**FÓRMATE CON EL MEJOR: JUAN MERODIO HA SIDO ELEGIDO EN 2019 Y 2020 ENTRE LAS 5 PERSONAS MÁS INFLUYENTES EN NEGOCIOS POR LA REVISTA FORBES.**

## **I. Qué es The Digital Marketing Master**

El primer master online de marketing digital en español que te prepara como experto para hoy y mañana. Juan Merodio comenzó su andadura profesional hace más de dos décadas como experto en marketing digital y erigiéndose como un referente dentro del sector.

Hoy en día, conocer los secretos del marketing online no solo sirve para conseguir nuevos clientes y fidelizarlos en cualquier empresa, sino que te prepara para el futuro tecnológico que ya convive con nosotros.

En este master digital encontrarás todos los recursos y herramientas que necesitas para no quedarte atrás.

**Si no tienes un negocio o proyecto, NO TE PREOCUPES, porque nosotros te facilitamos uno ficticio para que puedas trabajar sobre él durante el máster.**

# The Digital Marketing Master

## II. Qué vas a poder hacer cuando acabes el máster

Saldrás totalmente preparado para hacer frente a los nuevos retos a los que toda empresa se enfrenta en un mercado tan cambiante, con gran cantidad de posibilidades y en constante evolución.

- Desarrollar y gestionar planes de Marketing Digital y proyectos digitales con los
- que optimizarás la experiencia digital de los usuarios.
- Aprender a posicionar un producto o servicio en buscadores analizando la web.
- Realizar acciones y estrategias para poderlas llevar a cabo con cualquier empresa en el ámbito digital.
- Conocer al completo las redes sociales existentes
- Aprender a generar un buen engagement de consumidores para obtener un buen posicionamiento de empresa en RRSS y elaborar correctamente una campaña en medios digitales.
- Gestión y diseño de una buena planificación de medios y desarrollar una
- estrategia de omnicanalidad para una empresa.
- Poder aplicar tus conocimientos en casos reales de empresas.

# The Digital Marketing Master

## III. Qué incluye el máster

- Acceso a los contenidos para toda la vida.
- 100% práctico.
- **Tutor online para resolución de dudas y consultas 24x7:** tendrás a tu disposición un tutor o tutores, que se encargarán de acompañarte y resolver tus dudas en el estudio de los diferentes módulos formativos.
- **Certificado de realización del máster:** todos los alumnos recibirán un certificado que acredita el haber realizado el Máster en el Instituto de Talento y Profesiones Digitales TEKDI, que será válido como formación extracurricular.
- **Conferencias exclusivas** de profesionales, emprendedores y empresarios de éxito solo para los alumnos del máster.
- Acceso al exclusivo **grupo de networking LinkedIn TEKDI Alumni.**
- **Acceso sin coste a futuras conferencias online** de profesionales exitosos.
- Acceso a **bolsa de empleo.**
- **GARANTÍA de 15 días:** si no estás satisfecho te devolvemos el dinero inmediatamente.

# PROGRAMA FORMATIVO

## 1. Bienvenido/a The Digital Marketing Master

- 1. Te damos la bienvenida

## 2. PLAN DE MARKETING DIGITAL

- 1. Información contextual del negocio
- 2. Qué ha pasado en los negocios
- 3. El cliente de hoy no quiere lo de ayer
- 4. Libro 10 Business Factors
- 5. Información Inicial para la estructura de trabajo en marketing
- 6. Objetivos principales de una estrategia de Marketing Digital
- 7. Buenas y malas prácticas en Internet
- 8. Cómo estructurar un departamento de marketing para ser exitoso a largo plazo
- 9. Qué es un plan de Marketing Digital
- 10. Fase inicial de un plan de Marketing Digital (I)
- 11. Fase inicial de un plan de Marketing Digital (II)
- 12. Análisis de tu negocio o proyecto (I)
- 13. Análisis de tu negocio o proyecto (II)
- 14. Importancia del análisis DAFO para poder crecer
- 15. Caso práctico real: Negocio de nueva creación
- 16. Entrevista Antonio Cantalapiedra (Ex-CEO MyTaxi y Fundador y Presidente Ejecutivo de Woonivers)
- 17. Herramienta de Juan Merodio para hacer análisis de la situación del marketing digital de una empresa
- 18. RECURSOS EXTRAS: Guion Plan de marketing digital.pdf
- 19. RECURSOS EXTRA: Documento para solicitar a un cliente datos y acceso a sus herramientas digitales
- 20. RECURSOS EXTRA: Plantilla para contrato de confidencialidad de datos y contrato de prestación de servicios

## 3. WEB Y CONTENIDOS EN EL NEGOCIO

- 1. Evolución de la web
- 2. Cómo hacer una web directamente con Leadpages
- 3. Web 3.0: Cómo personalizar los contenidos a tus clientes
- 4. Usos que le puedes dar a la personalización web
- 5. Ejemplo real de lanzamiento de proyecto web y primeros resultados
- 6. Diseño web emocional
- 7. Pasos para definir el briefing de la web
- 8. Qué es el content marketing
- 9. Cómo podemos definir una estrategia de contenidos
- 10. Plantilla del Potencial Cliente (Buyer persona)
- 11. Plantillas para estrategias de contenidos
- 12. Midiendo resultados en content marketing
- 13. Ejemplos de contenidos creativos y eficaces
- 14. Qué es el marketing de contexto
- 15. Casos de buenas prácticas en marketing de contenidos
- 16. Plantilla de cuadro de mandos de contenidos
- 17. RECURSOS EXTRAS WEB Y CONTENIDOS

## 4. POSICIONAMIENTO WEB EN GOOGLE (SEO)

- 1. Qué y cuáles son los medios digitales para la empresa
- 2. Bases del SEO en la web
- 3. Principales aspectos SEO: Responsive design, Rich Snippets, Tiempo de carga, etc.
- 4. Uso de Metricspot para analizar una web
- 5. Cómo usar Search Console de Google
- 6. Herramientas para medir la velocidad de carga de tu web
- 7. Herramienta de análisis SEO Screaming Frog
- 8. Uso de SEMRUSH para SEO
- 9. Kwfinder y Keyword Tool: 2 Herramientas para potenciar tu visibilidad en Google
- 10. Keyword planner para analizar palabras clave
- 11. Guía de la actualización de las últimas modificaciones del algoritmo de Google
- 12. Auditoría SEO y principales herramientas profesionales de análisis SEO
- 13. Plantilla completa para auditoríaCómo hacer una auditoría SEO técnica (ejemplo)
- 14. Entrevista a Marcos Alves (CEO de El Tenedor)
- 15. RECURSOS EXTRAS: Optimización de contenidos en WordPress para SEO
- 16. RECURSOS EXTRAS: Cómo crear ANUNCIOS GRATUITOS dentro de los resultados de Google
- 17. RECURSOS EXTRAS: Checklist para migrar tu web a protocolo seguro (de HTTP a HTTPS)
- 18. RECURSOS EXTRAS: Buenas prácticas Google My Business

## 5. EMAIL MARKETING Y MARKETING AUTOMATION

- 1. Email marketing como estrategia digital
- 2. Estrategia de email marketing, newsletters, mensajes automatizados, técnicas de fidelización, etc.
- 3. Creación y Gestión de BBDD efectivas
- 4. Cómo usar Mailchimp
- 5. Plantillas de email para clientes por Hubspot
- 6. Como usar Active Campaign
- 7. Cómo usar Keap (InfusionSoft)
- 8. Ejemplos reales de emails vendedores
- 9. RECURSOS EXTRAS (artículo): Estrategia de email marketing para conversión a clientes
- 10. RECURSOS EXTRAS (artículo): 3 CLAVES EN EL EMAIL MARKETING
- 11. RECURSOS EXTRAS (artículo): 3 HERRAMIENTAS DE EMAIL MARKETING PARA TUS ENVÍOS ONLINE
- 12. RECURSOS EXTRAS (artículo): TIPS PARA EMAIL MARKETING
- 13. RECURSOS EXTRAS (artículo): CÓMO PLANIFICAR TU SECUENCIA DE EMAIL MARKETING PARA VENDER

## 6. REDES SOCIALES EN MARKETING

- 1. El poder de las redes sociales en la empresa
- 2. Pasos para definir un Plan de Social Media
- 3. Social Media Lead Management
- 4. Entrevista a Cristina Ruano (Media Planning en Walt Disney)
- 5. RECURSOS EXTRAS: Calendario de publicaciones
- 6. RECURSOS EXTRAS: Cuadro de mandos RRSS y Marketing Digital
- 7. RECURSOS EXTRAS: Proceso del ciclo de vida de un cliente
- 8. RECURSOS EXTRAS: Documento para solicitar a un cliente datos y acceso a sus herramientas digitales

## 7. FACEBOOK

- 1. Creación y gestión de la presencia de tu marca en Facebook
- 2. Estadísticas de una página de empresa (Fanpage)
- 3. Publicidad en Facebook (Facebook Ads)
- 4. Aplicaciones para una página de empresa
- 5. Plantilla: Bases legales para un concurso en Facebook

## 8. TWITTER

- 1. Creación de la presencia de tu marca en Twitter
- 2. Gestión de la presencia de tu marca en Twitter
- 3. Herramientas profesionales de gestión de Twitter
- 4. Publicidad en Twitter (Twitter Ads)

## 9. LINKEDIN

- 1. Creación y gestión de la presencia de tu marca de empresa en LinkedIn
- 2. Publicidad en LinkedIn (LinkedIn Ads)

## 10. INSTAGRAM

- 1. Situación actual de nuestra cuenta
- 2. Cuenta de empresa
- 3. Definición de la biografía
- 4. Imagen de perfil
- 5. Link en la biografía
- 6. Activar la configuración en dos pasos
- 7. CANVA – La herramienta para crear tus imágenes
- 8. Definiendo la identidad verbal de nuestra marca
- 9. Crear textos que conviertan
- 10. Primeros pasos para crear calendario editorial
- 11. Calendario anual
- 12. Calendario mensual
- 13. Aplicaciones para programar en Instagram
- 14. Postcron – Herramienta para programar
- 15. IG DM – Responder mensajes directos desde el ordenador
- 16. Analizar las métricas que nos da Instagram
- 17. Metricool para análisis automáticos

## 11. YOUTUBE

- 1. Contenidos visuales y configuraciones básicas
- 2. Configuraciones predeterminadas y configuraciones avanzadas
- 3. Como crear el Viewer Persona
- 4. Cómo crear un calendario de videos II
- 5. Cómo hacer 1 video diario sin morir en el intento
- 6. Cómo poner tu logo en los videos de manera permanente y clickable
- 7. Cómo grabar: luces, micrófonos, cámaras...
- 8. Qué herramientas utilizar para edición: gratis y de pago
- 9. Configuración de etiquetas
- 10. Cómo usar la publicidad de YouTube para tener más visualizaciones
- 11. Cómo hice crecer un 500% mi canal en solo 12 meses
- 12. Listas de reproducción
- 13. Estrategia de la revisión a 90 días
- 14. Publicidad de YouTube: cómo funciona
- 15. Vender con YouTube tus productos y servicios
- 16. Otros canales y vías para generar un sueldo mensual
- 17. Estrategias de videos virales
- 18. Generar más visitas desde canales externos: WhatsApp, Telegram, redes sociales...
- 19. Indicadores que debes medir
- 20. Análisis de datos
- 21. Informes que utilizo
- 22. Herramientas para medir y mejorar tu canal

## 12. TIKTOK

1. La oportunidad ¿Por qué TikTok?
2. ¿Qué es TikTok? Explicación
3. Creando tu cuenta.
4. Comprensión de la aplicación -«Para ti» y funciones básicas
5. Comprensión de la aplicación - ‘Descubrir, bandeja de entrada, mensajes ...)
6. Cuenta PRO – Cómo acceder a las Analíticas
7. La importancia de ingresar a TikTok con un propósito
8. Definiendo tu Nicho
9. Generación de ideas de contenido
10. Definición de la estrategia de contenidos
11. Entender sonidos y tendencias
12. Cómo funciona el algoritmo de TikTok
13. Qué hacer para viralizar un vídeo
14. Cómo hacer que tu video destaque entre la multitud
15. ¿Cuántas veces publicar al día?
16. ¿Cuál es el mejor momento para publicar los vídeos?
17. Paso a paso: Cómo crear un video desde cero.
18. Qué Hashtag poner en tus vídeos?
19. ¿Cuánto deben durar mis vídeos?
20. Paso a paso: de cero a un millón de visitas
21. Vías para monetizar que existen
22. Cómo monetizar siendo Influencer
23. Cómo monetizar siendo Empresa
24. No dependas de nadie para ganar dinero.
25. Crea tu producto/servicio
26. Cómo monetizar sin tener producto/servicio

## 13. CAPTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS DE MARKETING

1. Analítica Web Cuantitativa con Google Analytics
2. Analítica Web Cualitativa y Experiencia de Usuario (UX)
3. Qué es el Big Data Marketing & Social Business Intelligence
4. Cómo empezar a usar el Big Data Marketing
5. Ejemplos por sectores en el uso efectivo de data
6. Cómo usar la data para mejorar tu marketing de contenidos
7. RECURSOS EXTRAS: Qué son y como usar las UTM para medir campañas
8. RECURSOS EXTRAS: Informe ejemplo de Análisis Big Data Social

## 14. MARKETING CON INFLUENCERS

1. Macro y micro-influencia
2. Qué es un influencer: tipos
3. Casos de uso y cómo definir una estrategia de marketing de influencia
4. Ejemplos campañas influencers
5. Entrevista a Ana Miguélez (Influencer)
6. RECURSOS EXTRA: Tácticas para enamorar a tus influencers
7. RECURSOS EXTRA: Tarifas de influencers

## 15. HERRAMIENTAS DIGITALES

1. Servidor para web
2. Postcron – programación de post en redes sociales
3. Mailchimp – Envío de emails
4. Hootsuite – Plataforma gestión redes sociales
5. Google Search Console – Rendimiento y tráfico de búsqueda de la web
6. Google Analytics – Analítica web
7. Google Trends – Tendencias de búsquedas
8. Similarweb – Tráfico web de la competencia
9. Dropbox for business – Herramienta en la nube para empresas
10. Kanbanflow – Gestor de tareas y proyectos
11. RECURSOS EXTRA: LISTADO DE HERRAMIENTAS ÚTILES PARA UN DIGITAL MASTER

## 16. WHATSAPP MARKETING Y WHATSAPP BUSINESS

1. Qué es Whatsapp Marketing
2. Estrategia y táctica
3. Whatsapp en nuevos y antiguos clientes
4. Categorización de clientes
5. Marketing de contenidos I
6. Marketing de contenidos II
7. Acciones de marketing digital
8. Promociones
9. Atención al cliente
10. Técnicas de PNL
11. Whatsapp vs Email
12. Guiones de venta por Whatsapp
13. Ejemplos reales de Whatsapp Marketing
14. Caso de uso Whatsapp Marketing por Jaime Chicheri
15. Masterclass WhatsApp Business por Blas Martínez
16. RECURSOS EXTRA: Qué hacer si te bloquean la cuenta de WhatsApp
17. Entrevista a Salvador Martínez (Director de Rutas Comerciales en Wamos Air)

## 17. PUBLICIDAD DIGITAL

1. Google Ads: Cómo desarrollar una campaña de publicidad en Google
2. Cómo crear una campaña en la red de búsqueda de Google Ads.
3. Cómo crear una campaña en la red de display de Google Ads.
4. Cómo crear una campaña de shopping en Google Ads.
5. Publicidad en Facebook e Instagram
6. Herramientas publicitarias en LinkedIn
7. Publicidad en Twitter
8. Publicidad en YouTube
9. Entrevista a Estanis Martín De Nicolás (Director General de Citibox)
10. RECURSOS EXTRA: Plantilla para Google Ads

## 18. MÓDULO EXTRA: DROPSHIPPING

11. Qué es el dropshipping y como empezar
2. Cómo crear una tienda online tu mismo
3. Cómo empezar a vender con Dropshipping con Aliexpress y Oberlo

## 19. MÓDULO EXTRA: PROCEDIMIENTOS DE MARKETING (ejemplos reales y plantillas)

1. Procedimiento de creación de contenidos para el blog
2. Procedimiento de difusión de contenidos en redes sociales
3. Procedimiento Auditoría e Implementación de Proyectos
4. Procedimiento email marketing
5. Procedimiento de grabación y edición de videos
6. Procedimiento ejemplo de estrategia publicitaria
7. Procedimiento SEO On Page y esquema de Linkbuilding
8. Procedimiento de Linkbuilding
9. Procedimiento de concursos en Redes Sociales
10. Procedimiento creación de eventos
11. Procedimiento creación de ebook (lead magnet)
12. Procedimiento de uso PandaDoc: Llenado de la base de datos de la herramienta de automatización de firma de documentos y propuestas comerciales
13. Procedimiento gestión de contraseñas de clientes
14. Procedimiento de facturación a clientes
15. Procedimiento de control de costes

# Claustro The Digital MBA

**Director y profesor**

**Juan Merodio - CEO TEKDI Institute**



Juan Merodio es CEO de TEKDI y uno de los principales expertos en España, Latinoamérica y Canadá en Management, Marketing y Transformación Digital. Es ponente habitual en congresos de reconocido prestigio internacional y profesor de las mejores escuelas de negocio y universidades. Además es colaborador asiduo en distintos medios de comunicación como el programa Emprende de Canal 24 Horas de TVE o con la CNN (Atlanta) para Latinoamérica.

Juan Merodio ha sido elegido uno de los Top Influencers de LinkedIn y uno de los **TOP Influencers del 2019 y del 2020 por la revista Forbes**. Así mismo **encabeza el ranking del Instituto Choiseul** de los jóvenes menores de 40 años que marcarán tendencia en el mundo de la economía.

# Entrevistas

## Expertos invitados

### Marcos Alvés - CEO de El Tenedor



CEO y Fundador de El Tenedor, la guía gastronómica de referencia en Europa y que a día de hoy se encuentra en plena expansión internacional.

Marcos nació hace 37 años en Sant Boi de Llobregat (Barcelona) y para él ser “emprendedor” es un estilo de vida. Su trayectoria ha sido imparable, hace 12 años, junto a 3 socios franceses más, fundó El Tenedor y desde entonces ha visto crecer este proyecto hasta verlo convertido en una realidad, una empresa líder que en mayo de 2014 fue adquirida por Trip Advisor Media Group. Recientemente, Marcos se ha hecho cargo también de la dirección de El Tenedor en Portugal, Brasil y recientemente de Australia

# Entrevistas

## Expertos invitados

### Antonio Cantalapiedra - CEO Woonivers



Fundador y CEO de Woonivers (sector Fintech/Travel tech startup). Es a su vez socio y consejero de algunas start up como Iomob (Blockchain Mobility), Made in Möbile (Internet of Things), Capaball (Machine Learning for Education), Balandra Software (Artificial Intelligence)- Gartner cool Vendor y Binfluencer (Machine Learning PR company).

Ha dado clases en Universidades como Endicott (Boston), IE Business School (Entrepreneurial Lab), Harvard University Boston), ICADE Business School, UCLM University, GBS Global Business School-Barcelona), UNIR University o EUDE Business School (Madrid), entre otras y ha sido mentor y speaker en International Institute (Silicon Valley, USA) y Porsche Connected Car Accelerator Start-up Program.

# Entrevistas

## Expertos invitados

### Ana Miguélez - Influencer



Estudió publicidad y RRHH y fue en ese momento dónde descubrió todo lo relacionado con el cine, tele, radio, digital... Una vez en el mundo laboral llegó a la conclusión de que dentro de todo ese amplio espectro de posibilidades, lo que realmente le gustaba era el mundo digital, por lo que decidió estudiar un master en marketing online, SEO y posicionamiento web.

Posteriormente, estudió un MBA en recursos humanos y otro MBA en dirección empresarial.

A día de hoy, Ana se ha convertido en toda una referencia en el ámbito digital. Comenzó usando su dashboard de LinkedIn como un tablero dónde expresaba sus pensamientos y las cosas que le iban ocurriendo.

# Entrevistas

## Expertos invitados

### Estanis Martín de Nicolás - Director general de Citibox



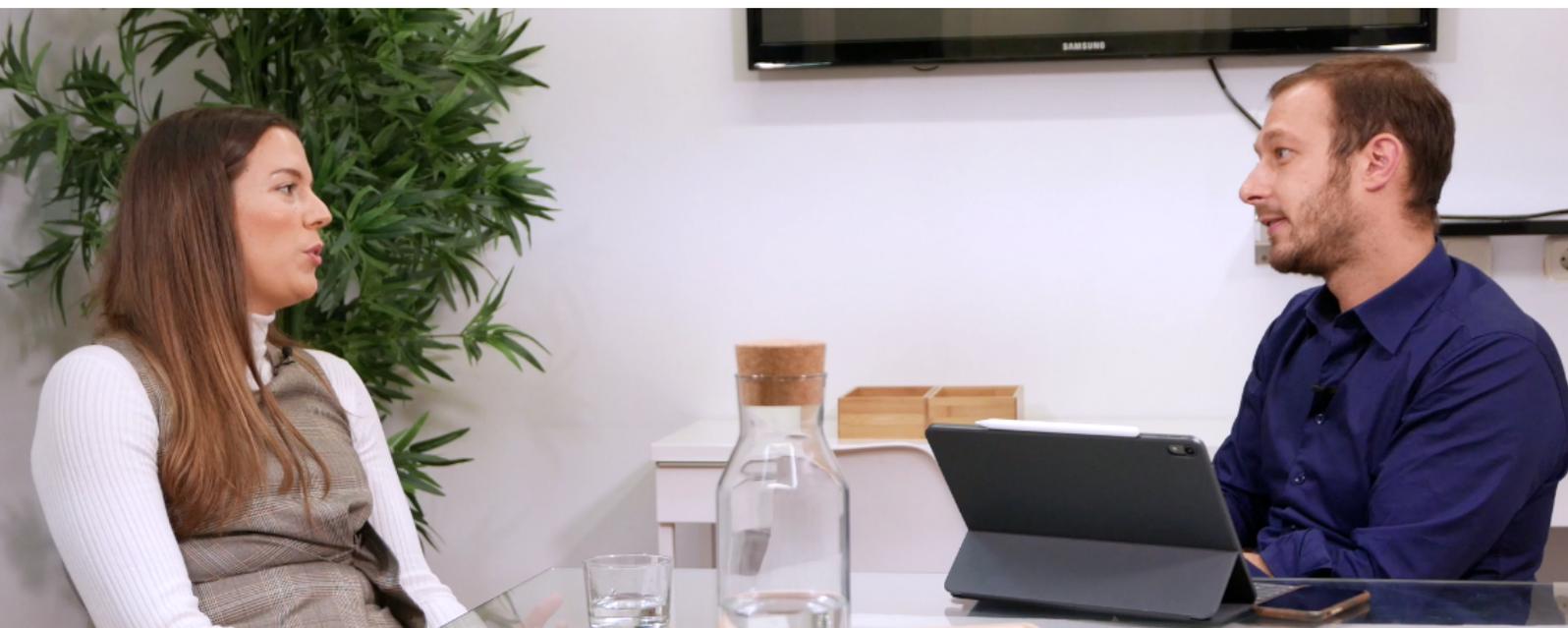
Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid y MBA de INSEAD, Estanis Martín de Nicolás es desde diciembre 2018 el Director General de Citibox, empresa líder en el desarrollo de tecnología puntera para operar buzones inteligentes en edificios residenciales y solventar el problema de la última milla del comercio electrónico.

Antes de incorporarse a Citibox fue el Consejero Delegado de Schibsted Spain, propietario de los portales de clasificados de referencia en España InfoJobs, Fotocasa, habitacalia, coches.net, motos.net, milanuncios y vibbo.

# Entrevistas

## Expertos invitados

### Cristina Ruano - MediaPlanner Walt Disney



Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense y Máster en Documental y Reportaje Periodístico Transmedia. Ha seguido formándose a lo largo de su carrera profesional en community management, marketing y e-commerce. Gracias a este último se lanzó a crear su propio proyecto una tienda online de joyas, bisutería y complementos.

Actualmente trabaja en el departamento de Media Planning de Disney Channel, en The Walt Disney Company, donde elabora las campañas de comunicación on y off air para todos los canales de televisión de la compañía para España y Portugal.

# Entrevistas

## Expertos invitados

### Salvador Martínez - Director de operaciones comerciales Wamor Air



Director de Operaciones Tierra y Rutas Comerciales para la aerolínea española Wamos Air donde es responsable de todas las actividades relacionadas con el servicio de la aeronave en tierra, tales como aeropuertos, compras de combustible, catering, etc. El 2019 fue un año en el que la compañía culminó con más de dos millones de pasajeros transportados en operaciones alrededor de todo el mundo para sus vuelos directos o en los realizados en nombre de clientes como Latam, Avianca, Norwegian o Garuda Indonesia entre otros.

Su experiencia se desarrolla desde el año 2001 en el sector de la Aviación Comercial donde se especializó en el área de Operaciones Tierra desde sus inicios.

# Después del Máster

## Seguiremos en contacto a través de la red de TEKDI alumni



En TEKDI alumni seguiremos compartiendo los valores y filosofía de aprendizaje de nuestro Instituto Digital para que puedas seguir ampliando conocimientos, estar al día de las nuevas tendencias, compartir experiencias exclusivas y oportunidades de negocio con el **ecosistema TEKDI**: profesores, alumnos, colaboradores y empresas asociadas.

Ser parte de TEKDI alumni significa asistir sin coste a **actividades exclusivas**, estar en contacto con los **mejores profesionales del mundo de los negocios digitales**, acceder a **descuentos especiales** en nuevos programas formativos y en definitiva, mantener el contacto con todos los miembros que formamos parte de TEKDI.

# Después del Máster

## Formación continua



Participación en encuentros, webinars, seminarios, masterclass...



Eventos exclusivos TEKDI



Plataforma online de formación continua



# Empresas en las que trabajan profesionales que se han formado con nosotros



**CALZEDONIA**



Embajada Británica  
Colombia



**TEKDI**

The Empowering of Knowledge  
Digital Institute

# The Digital Marketing Master

**FECHA DE COMIENZO**

Puedes acceder en cualquier momento

**DURACIÓN**

Duración: 3 meses

**TENDRÁS ACCESO A TODOS LOS CONTENIDOS  
DESDE EL PRIMER MOMENTO.**



**¿ACABAS DE TERMINAR LOS ESTUDIOS Y BUSCAS UNA BUENA ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING DIGITAL SIN NECESIDAD DE PAGAR UNA FORTUNA?**



**¿ESTÁS PENSANDO EN EMPRENDER UN NEGOCIO ONLINE?**



**¿ESTÁS TRABAJANDO Y SIENTES QUE NECESITAS SABER MÁS?**

## El Máster de Marketing Digital que necesitas

**697€+IVA** (CONSULTA OPCIONES DE FINANCIACIÓN).

# The Digital Marketing Master

## **Ponte en contacto con nosotros**

Estamos a tu completa disposición, para cualquier pregunta que tengas:

TEKDI Institute

[info@tekdi.education](mailto:info@tekdi.education)

<https://tekdi.education>

## **Información y acceso**

<https://cursos.tekdi.education/digital-marketing-master>