



EL MÁSTER OFRECE: Aprender de forma práctica, cómoda y sencilla el nuevo mundo del marketing. Contemplando las materias más demandadas en la actualidad. El comercio electrónico, el posicionamiento web, análisis de estadísticas, redes sociales, herramientas de marketing 2.0. Master eminentemente práctico y actualizado constantemente, pero con un soporte teórico para que el alumno adquiriera una base de conocimientos que le permitan desarrollarse y especializarse en la profesión.

CÓMO APRENDEMOS: Con los temas multimedia (videos tutoriales), escuchamos y vemos en pantalla las explicaciones del profesor, de esta forma aprendemos de forma cómoda y sencilla. Contiene también una serie de manuales para su lectura que confirman los conocimientos adquiridos en los temas multimedia.

El Máster en Marketing Digital le proporciona la formación más completa para que tenga un perfil multidisciplinar con el que trabajar tanto a nivel técnico como de dirección. Los contenidos, abarcan todas las áreas del marketing online atendiendo a las últimas tendencias del sector:

- Marketing Estratégico. Adquirirás competencias directivas para gestionar estrategias de marketing aplicadas a la red y podrás implementar modelos de negocio digitales en distintos dispositivos: pc, mobile y tablets.
- Marketing Digital. Aprenderás a gestionar campañas de publicidad online, a través de Google Ads en formato SEM, Display y mailing, y en Redes Sociales como Facebook, Twitter e Instagram.
- Comercio Electrónico. Crearás tiendas virtuales, y desarrollarás acciones de comunicación y creación de contenidos en medios sociales y digitales con las que captar y fidelizar a tus clientes.

Para adquirir las competencias necesarias para trabajar en marketing digital, el Máster tiene contenidos multimedia donde aprenderás a manejar los softwares y herramientas más importantes en la profesión: WordPress, Google Analytics, Revive Ad-Server y Hootsuite.

CONTENIDO DEL MÁSTER

MÓDULO 1. EL MARKETING Y SUS ELEMENTOS

1. Generalidades
2. Conceptos
3. Elementos básicos asociados al marketing
4. Enfoque filosófico de las necesidades humanas y el marketing
5. La demanda
6. Productos, bienes, servicios e ideas
7. Bienes y servicios
8. Valor, Satisfacción y Calidad
9. Intercambio, Transacciones y Relaciones
10. Mercado

MÓDULO 2. MODALIDADES DEL MARKETING

1. Generalidades
2. Marketing industrial
3. El comprador industrial
4. Marketing de redes



5. Marketing de servicios
6. Mobile marketing
7. Marketing viral
8. Marketing relacional
9. Marketing no empresarial
10. Marketing de instituciones no lucrativas
11. Marketing público
12. Marketing social
13. Marketing político
14. Transición del marketing 2.0 al e-marketing 3.0

MÓDULO 3. IMPLICACIONES ÉTICAS DEL MARKETING

1. Generalidades
2. Responsabilidad social e implicaciones para el marketing digital
3. La protección de datos

MÓDULO 4. COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Generalidades
2. Antecedentes
3. Perspectivas del Marketing digital
4. Ventajas y desventajas
5. Principio de intencionalidad
6. Primacía de la autonomía de la voluntad
7. Principio de equivalencia funcional
8. El documento en el contexto digital
9. Neutralidad Tecnológica
10. Protección de datos

MÓDULO 5. ESTRATEGIAS DEL MARKETING DIGITAL

1. Generalidades
2. Marketing digital o buzz marketing
3. Email marketing o e-mailing
4. Implicaciones del spam
5. Cookies
6. Clasificación
7. Las redes de afiliados
8. Marketing en buscadores
9. Configuradores y verificadores electrónicos
10. Segmentación de mercados
11. Personalización en el marketing digital
12. La fidelización
13. Personalizar para fidelizar
14. Social media marketing
15. Las redes sociales
16. Tipología de las redes sociales
17. Comunidades online
18. Blogs corporativos
19. Microblogs



20. Widgets
21. Minisites promocionales
22. Mobile apps
23. Cupones electrónicos, e-coupons y m-coupons
24. Determinación de perfiles por navegación
25. E-encuestas
26. Temporización digital de precios

MÓDULO 6. PUBLICIDAD EN INTERNET

1. Generalidades
2. Marketing interactivo
3. Publicidad comparativa
4. Publicidad subliminal
5. Publicidad comportamental
6. Contratos publicitarios

MÓDULO 7. NEUROMARKETING

1. Todo el mundo miente
2. Documental el Neuromarketing
3. Qué es el Neuromarketing
4. Sabemos que no sabemos lo que hacemos
5. Cerebro creativo, cerebro racional
6. Herramientas del Neuromarketing
7. Herramientas del Neuromarketing II
8. El Consumidor
9. Neuromarketing para la web
10. Neuromarketing para hostelería
11. El Experimento del Golf GTI
12. Neuromarketing para el supermercado
13. Como vender un producto cuando sabes que es el único que lo tiene
14. Devolviendo el maltrato.



MÓDULO 8. REDES SOCIALES

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| 1.- Introducción a las Redes Sociales | 18.- Otras redes sociales 1 |
| 2.- Gmail | 19.- Otras redes sociales 2 |
| 3.- Blogger I | 20.- Facebook I |
| 4.- Blogger II | 21.- Facebook II |
| 5.- Blogger III | 22.- Facebook III |
| 6.- Blogspot I | 23.- Facebook IV |
| 7.- Blogspot II | 24.- Facebook V |
| 8.- Blogspot III | 25.- Facebook VI |
| 9.- Blogs | 26.- Facebook VII |
| 10.- Twitter I | 27.- Facebook VIII |
| 11.- Twitter II | 28.- Facebook IX |
| 12.- Twitter III | 29.- Instagram 1 |
| 13.- Twitter IV | 30.- Instagram 2 |
| 14.- Twitter V | 31.- Instagram 3 |
| 15.- WhatsApp y Skype | 32.- Instagram para empresas |
| 16.- Youtube I | Test Final Redes Sociales |
| 17.- Youtube II | |



MÓDULO 9. POSICIONAMIENTO WEB

1. Promoción gratis y pagando
 2. ¿Porqué algunas webs siempre salen las primeras?
 3. Dominios
 4. Servidores
 5. Plantear la web 1
 6. Plantear la web 2
 7. Plantear la web 3
 8. estadísticas
 9. Enlaces internos
 10. Enlaces externos 1
 11. Enlaces externos 2
 12. Enlaces externos 3
 13. Resumen
 14. Enlaces en YouTube
 15. Página en Facebook 1
 16. Página en Facebook 2
 17. Posicionamiento desde blog
 18. WordPress 1
 19. WordPress 2
 20. WordPress 3
 21. WordPress 4
 22. Herramientas para webmasters 1
 23. Sitemap
 24. Herramientas para webmasters 2
 25. Promoción de pago. Ads 1
 26. Promoción de pago. Ads 2
 27. Promoción de pago. Ads 3
 28. Promoción de pago. Ads 4
 29. Promoción de pago. Ads 5
 30. Resumen final
- Test final Posicionamiento Web



MÓDULO 10. GOOGLE ANALITYCS

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1. Introducción | 16. Paneles |
| 2. Cuenta en Google | 17. Intelligence |
| 3. Google Ads | 18. Informe en tiempo real |
| 4. Cookies | 19. Informe de audiencia I |
| 5. Código de seguimiento | 20. Informe de intereses |
| 6. Entorno | 21. Información geográfica |
| 7. Entorno II | 22. Informe de audiencia II |
| 8. Cuentas | 23. Google Ads |
| 9. Propiedades | 24. Informes personalizados |
| 10. Vistas | 25. Flujos |
| 11. Filtros I | 26. Comportamiento |
| 12. Filtros II | 27. Analítica de página |
| 13. Filtros III | Manual Google Analytics |
| 14. Expresiones regulares | Test final Google Analytics |
| 15. Análisis de datos | |

MÓDULO 11. SEO AVANZADO

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 0. Guía didáctica | 13. Estrategia SEO On Page II |
| 1. Certificado SSL | 14. Estrategia SEO Long Tail |
| 2. Primeros pasos SEO | 15. Estrategia SEO La competencia |
| 3. SEO Operaciones iniciales | 16. Estrategia SEO Enlaces |
| 4. SEO con Jetpack | 17. Google Analytics |
| 5. Yoast SEO | 18. SEO Página principal I |
| 6. PageRank y contenidos | 19. SEO Página principal II |
| 7. Contenidos | 20. SEO Pagina de contenidos I |
| 8. Contenidos II | 21. SEO Pagina de contenidos II |
| 9. Legibilidad y SEO | Manual SEO Avanzado |
| 10. Estrategia SEO Brand Building | Test final SEO Avanzado |
| 11. Estrategia SEO Auditoria | |
| 12. Estrategia SEO On Page I | |

MÓDULO 12. HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL

1. Marketing de contenidos
 2. Tips de marketing digital avanzado
- Manual de Marketing Digital 2.0
Proyecto final del Master

TEST AUTOEVALUACIÓN FINAL