

## DESTINATARIOS

Este Máster habilita profesionalmente a las personas que lo cursen a trabajar en la empresa específicamente en el área profesional del Marketing, la Publicidad, la Comunicación y la Venta Online, bien en los departamentos de Nuevas Tecnologías de la Información o bien en los departamentos de Marketing o de Comunicación.

## TITULACIÓN OBTENIDA

Título Propio de Postgrado universitario de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en colaboración con el Grupo de consultoría y formación PM CONSULTORES.



## METODOLOGÍA Y PROFESORADO

Máster a distancia mediante metodología e-learning

En este curso ponemos a disposición tutores de primer nivel altamente cualificados, con titulaciones universitarias de grado superior con una amplia formación acreditada en Marketing, Comunicación e Internet, y con una sólida y amplia experiencia profesional en el asesoramiento a empresas y formación en la implantación de estrategias y técnicas de marketing, comunicación, relaciones públicas, promoción y venta a través de Internet.

En todo momento el alumno en el seguimiento de la formación impartida contará con soporte y ayuda de personal cualificado, tanto en los aspectos académicos y formativos (tutorización), como de coordinación y gestión administrativa, como en el uso y aprovechamiento de los recursos y del material que se sigue e imparte en la plataforma e-learning.

## PRÓXIMA CONVOCATORIA

INICIO  
19 de Noviembre de 2012

FIN  
Julio de 2013



### CONTACTO, INFORMACIÓN, INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

Centro de Información de  
la **UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES**.  
Secretaría General - Títulos Propios

Padre Julio Chevalier, 2. - 47012 Valladolid. España  
Teléfono: 983 00 1000

Centro de Información, Matriculación y Secretaría **AULAFORMACION**  
Parque industrial de Venta de Baños, parcela 113. c/ Tranvía s/n  
34200 Venta de Baños (Palencia).

Teléfono de atención al cliente de Aulaformacion

**902 300 247**

(en horario de 8,30 a 14,30 de lunes a viernes; y de 16:30 a 19:30 horas en lunes a jueves –excepto horario de verano, solo de mañanas-)

Información, Matriculación y Secretaría: 902 300 247

Fax de reservas de matrícula: (+34) 979 76 10 65  
Por correo electrónico: [gestion@aulaformacion.net](mailto:gestion@aulaformacion.net)  
[info@master-marketingonline.es](mailto:info@master-marketingonline.es)

Plazo de matrícula: hasta el 16 de Noviembre de 2012.  
Las plazas son limitadas y se cubrirán por riguroso orden de inscripción.

Más información en Web  
[www.master-marketingonline.es](http://www.master-marketingonline.es)

## MÁSTER EN

# MARKETING DIGITAL

TÍTULO PROPIO DE POSTGRADO



## MÁSTER A DISTANCIA METODOLOGÍA E-LEARNING

[www.master-marketingonline.es](http://www.master-marketingonline.es)



aulaformacion

## Presentación

El "Nuevo Marketing" supone desarrollar un nuevo enfoque en la forma de establecer y mantener relaciones con los clientes, a través de todo lo que ofrece Internet. Es el paso del marketing 1.0 al marketing 2.0. No se trata sólo del uso de herramientas sino de personas, de forma que nuestro enfoque se centra en el consumidor, deberá ser un enfoque centrado en mensaje por encima de la imagen, un enfoque centrado en la experiencia por encima del producto, un enfoque centrado en como las empresas, conversando con sus clientes, son capaces de ofrecer una respuesta adecuada a las necesidades de este.

Las web 2.0 y las redes sociales están generando un cambio revolucionario en la comunicación entre las organizaciones y quienes interactúan en las plataformas sociales. Las empresas que quieran hacer uso de las Redes sociales, además deben saber cómo sacar a las mismas el máximo aprovechamiento empresarial. La Red de Internet es un canal a través del cual se puede atraer visitantes, público objetivo potencial para adquirir los productos, servicios e información corporativa o de atención al cliente o usuario que se ofrecen en las web corporativas y en las tiendas virtuales. Uno de los instrumentos para llegar a los potenciales usuarios, clientes o consumidores son las Redes Sociales.

La empresa necesita de profesionales cualificados que conozcan las diferentes técnicas y herramientas del Nuevo Marketing (Marketing On Line o Digital) que permitan a las empresas y organizaciones hacer frente a los retos que supone los cambios en la comunicación y en las nuevas tecnologías de la información, y de gestionarlos eficazmente para la mejora de su competitividad y productividad, la atracción de negocio y nuevas oportunidades y contacto, captación de nuevos usuarios y clientes, y la fidelización de los mismos.

Por ello este Programa Máster se ocupa desde una óptica muy práctica además de los fundamentos y conceptos del Nuevo marketing, del uso y la implantación de todos estos procesos y técnicas, sin olvidar que "digital" no sólo quiere decir Internet. También son objeto del programa máster el uso de otras tecnologías o herramientas digitales como el SMS (mensajes cortos a móviles) y las aplicaciones para los smartphones, así como de otras herramientas 2.0 para la mejora de la productividad personal y de entornos colaborativos.



## Salidas Profesionales

Este máster está dirigido a la formación de nuevos perfiles profesionales: "Online Marketing Manager" y "Social Media Manager", así como de otros perfiles y de otras responsabilidades.

Algunas otras salidas profesionales son:

- Responsable de proyectos Web y de E-commerce
- Experto en SEO /SEM
- Community Manager
- Product Manager
- Ejecutivo de cuentas On line
- Responsable de ventas Online
- Responsable de marketing Online
- Consultor en marketing estratégico y digital

## OBJETIVOS

La finalidad última es formar a los nuevos profesionales del marketing en la integración y aplicación eficaz de las técnicas del marketing online en el desarrollo global de las estrategias de marketing y de negocio empresarial. Este máster forma profesionales capaces de maximizar el potencial de los nuevos medios digitales en las estrategias de marketing.

Son **objetivos o resultados generales** del aprendizaje:

- La formación integral de profesionales en las nuevas formas de marketing y publicidad en entornos digitales.
- Adquirir los conocimientos profesionales sobre los fundamentos y los principios de gestión del Nuevo marketing o marketing digital.
- Conocer y aplicar los procesos y técnicas del marketing online.
- Usar las diferentes herramientas y medios digitales necesarias para la aplicación de las técnicas de marketing online.
- Preparar a los alumnos en las diferentes realizaciones profesionales y funciones que tendrán que desempeñar en el ámbito del marketing online y del Social Media.
- Desarrollar visión de negocio y de proyecto en el ámbito de los medios y mercados digitales-
- Desarrollar habilidades y competencias en el marco del marketing y de las Comunidades virtuales, tanto para su aplicación en el desarrollo de las organizaciones, como en el desarrollo de la "marca personal" (carrera profesional).

Son **objetivos específicos**:

- Aprender a promocionar y comunicar productos y servicios en internet.
- Aprender a diseñar, crear y desarrollar campañas de publicidad en internet
- Aprender a relacionarse con clientes y usuarios a través de los medios digitales
- Aprender a conocer la opinión de los consumidores a través de internet y abrir nuevos canales de conversación y de venta.



## DURACIÓN Y CARGA LECTIVA

Carga lectiva traducida en horas para el alumno: 1.500 horas

Equivalente a 60 Créditos ECTS (1500 horas) - 600 horas de contenido teórico-práctico tutorizado en línea y 900 horas de trabajo individual, en grupo y en preparación y realización de pruebas de evaluación y otras actividades.

### Duración temporal, Fechas y horarios

Carga lectiva distribuida en 40 semanas lectivas equivalentes a 9 meses.

Horario. Disponibilidad del Aula Virtual: el Aula Virtual permanecerá activo las 24 horas al día todos los días de duración del Master.

# MÁSTER EN MARKETING DIGITAL

## PROGRAMA

### MODULO 1. ESTRATEGIAS CORPORATIVAS Y MARKETING EN INTERNET (9 ECTS)

- Unidad 1. Introducción al Marketing Digital: fundamentos y técnicas (2 ECTS)
- Unidad 2. Mercados, Medios y publicidad digital (2 ECTS)
- Unidad 3. Reputación de la Marca en internet (1 ECTS)
- Unidad 4. Estrategias, Plan de marketing 2.0 y análisis de Rentabilidad (2 ECTS)
- Taller 1. Taller práctico de planificación digital: proyecto (2 ECTS)

### MODULO 2. WEB MARKETING (9 ECTS)

- Unidad 1. Web 2.0. Diseño web y usabilidad (2 ECTS)
- Unidad 2. Optimización del posicionamiento web en buscadores - SEO (2 ECTS)
- Unidad 3. Analítica Web: herramientas webmaster y Google Analytics (3 ECTS)
- Taller 1. Taller práctico: Cómo diseñar Webs pensadas en tú cliente (1 ECTS)
- Taller 2. Taller práctico: Aprendiendo a usar herramientas de webmaster (1 ECTS)

### MODULO 3. CREATIVIDAD Y MARKETING DIGITAL (12 ECTS)

- Unidad 1. Creatividad interactiva (2 ECTS)
- Unidad 2. Estrategias y diseño de campañas de Marketing Digital SEM (3 ECTS)
- Unidad 3. Diseño de campañas de e-mail marketing: E-mailing y landing pages (2 ECTS)
- Unidad 4. Seguimiento y control de campañas de publicidad digital: Google Adwords (3 ECTS)
- Taller 1. Taller práctico de creación de e-mails y de campañas SEM (1 ECTS)
- Taller 2. Taller práctico de Google adwords (1 ECTS)

## DESTINATARIOS

**Colectivo estudiantes:** titulados universitarios, preferentemente de las ramas de Ciencias de la Información, Publicidad y Relaciones Públicas, Nuevas Tecnologías de la Información, Marketing y Administración de empresas, que deseen disponer de una formación amplia y de prestigio para completar su currículum, adquiriendo los conocimientos necesarios para especializarse en el área del Marketing y Comercio Online.

**Profesionales** que desempeñan o quieren desempeñar funciones propias en el área de Nuevas Tecnologías de la Información (Responsables de Internet, Comercio electrónico, o Tecnologías), del Marketing (Responsable de marketing online, responsable de producto), de la Comunicación (responsables de área de publicidad y comunicación), de la Gestión empresarial (Gerentes de pymes, responsables y profesionales de desarrollo de negocio, Responsable de reputación Online), o nuevas profesiones emergentes como Community Manager.

**Cualquier persona** interesada en el Marketing y Comunicación a través del Canal Internet.

### MODULO 4. MARKETING SOCIAL Y DE CONTENIDO / SOCIAL MEDIA MARKETING (14 ECTS)

- Unidad 1. Social Media: Blogging y Comunidades virtuales (3 ECTS)
- Unidad 2. Las Redes Sociales en las estrategias de negocio de las empresas (3 ECTS)
- Unidad 3. Seguimiento, monitorización y medición de resultados en los Social media (2 ECTS)
- Taller 1. Twitter (2 ECTS)
- Taller 2. Facebook (2 ECTS)
- Taller 3. Taller práctico: Cómo montar tu propio Blog (2 ECTS)

### MODULO 5. COMERCIO ELECTRÓNICO y OTRAS HERRAMIENTAS 2.0. (8 ECTS)

- Unidad 1. E-commerce (3 ECTS)
- Unidad 2. Marco Legal en Internet y Comercio electrónico (3 ECTS)
- Unidad 3. Herramientas 2.0 productividad y entorno colaborativo (2 ECTS)

### MODULO 6. PROYECTO FIN MASTER (8 ECTS)

Taller. Proyecto fin master (8 ECTS)

Este Programa se impartirá según el PLAN DE TRABAJO que se entregará al alumno al inicio.

Este Plan de Trabajo será el documento que contendrá:

- El programa completo y detallado por cada uno de los módulos formativos y unidades didácticas.
- Cada módulo formativo contendrá las unidades didácticas y su desglose detallado con todos los contenidos formativos, los objetivos, así como las actividades de evaluación previstas.
- Las instrucciones relativas al seguimiento de su formación, calendario propuesto y fechas de realización de evaluaciones y entregas de tareas y actividades, o proyectos.
- El calendario completo de fechas de ejecución de las acciones formativas. Por cada módulo se establecerán las fechas concretas de inicio y finalización.

## PRECIO Y BECAS

**El precio total de la matrícula asciende a 3.450 euros.**

Se establecen **10 becas** para los **diez primeros matriculados** en el master, por importe de **500 euros a descontar del precio de matrícula total**.

**Facilidades de pago.** Posibilidad de pago aplazado del 50% del importe de la matrícula a pagar en cuotas mensuales. Consultar.

### Bonificaciones Fundación Tripartita

Posibilidad de subvención hasta del 100% para trabajadores a través de la Gestión de la Formación Bonificada (consultar).

## METODOLOGÍA, MATERIAL DIDÁCTICO, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Este Master en Marketing Digital se imparte en la **modalidad a distancia** bajo metodología de aprendizaje **E-Learning**.

El Modelo de formación a distancia está basado en una combinación de una acción tutorial constante y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos y videos de presentación.

El alumno estudiará de acuerdo a un Plan de Trabajo (que se facilita al alumno al inicio del curso) donde se programarán tareas que deberá de realizar con el apoyo del equipo docente.



### MATERIAL DIDÁCTICO

Para ayudar al alumno, además de la acción tutorial, se pone a su disposición un material didáctico con una alta calidad formativa. Este material didáctico, se pone a disposición del alumno a través del aula virtual donde además del contenido teórico práctico en formato multimedia e interactivo y de video presentaciones, se encontrará con otro material complementario, foros de discusión, talleres y tareas, módulos resumen y de ejercicios en formato multimedia e interactivo, y los test de evaluación.

La **matrícula incluye:** acceso al Campus Virtual de la Plataforma y entrega de CD ROM con los contenidos a la finalización (y su envío por correo postal).

### PROCESO DE SEGUIMIENTO

La Plataforma tecnológica dispone de un sistema de control y seguimiento del alumno, en el que se registra todas y cada una de las acciones realizadas y en que momento se producen.

Para la obtención del Diploma es requisito necesario pero no suficiente el haber completado todos y cada uno de los registros formativos establecidos en el Programa de formación.

### PROCESO DE EVALUACIÓN

El alumno deberá superar satisfactoriamente todas y cada uno de los módulos obligatorios de los que se compone el Programa del Master.

El proceso de evaluación se realizará en cada una de las unidades didácticas de cada módulo formativo, de la siguiente manera. Por cada unidad didáctica se realizarán 2 tipos de actividades de evaluación obligatorias:

- Test de auto-evaluación
- Ejercicios (tareas) calificados por el profesor
- Entrega de proyectos

Como norma general, el alumno superará la prueba del Test si contesta acertadamente al 70% de las preguntas, es decir para una batería de Test de 10 preguntas (con 1 punto por pregunta), si la nota es igual o mayor de 7 puntos.

Aquellos alumnos que no superen el test al primer intento, tendrán una segunda oportunidad para realizarlo.

En caso de que no se supere en el segundo intento, el alumno deberá recuperar dicha unidad. En el transcurso del programa se establecerán las fechas de dichas recuperaciones, comunicándolo previamente en el tablón de anuncios.