

Cursos de postgrado

Curso académico 2018-2019

MARKETING DIGITAL, SOCIAL MEDIA Y BUSINESS ANALYTICS

del 17 de diciembre de 2018 al 22 de septiembre de 2019

60 créditos

TÍTULO DE MÁSTER

Características: material impreso, material multimedia, página web, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Informática y Automática

E.t.s. de Ingeniería Informática

## PROGRAMA DE POSTGRADO

Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Curso 2018/2019

El Programa de Postgrado acoge los cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio otorgado por la UNED. Cada curso se impartirá en uno de los siguientes niveles: Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

## Destinatarios

Este máster sustituye al anterior titulado Social Media y Community Manager. Dirección de Marketing Digital 2.0

El master va dirigido a estudiantes y profesionales proactivos dispuestos a potenciar su carrera profesional dentro del e-business, que

deseen comunicar con éxito un producto o servicio a través de las nuevas herramientas de Social Media, plataformas móviles, comunidades, redes sociales, blogs, blogging, microblogging, Facebook, redes profesionales, etc.

Además está indicado para conocer todas las estrategias del Marketing relacional para captar clientes, fidelizar, aumentar su valor, vincularlos a la marca y convertirlos en preinscriptores.

No se requiere una titulación específica salvo la que se exige por el hecho de ser un master.

## 1. Presentación y objetivos

El objetivo del máster en Marketing Digital, Social Media y Business Analytics es la formación de profesionales de diversa procedencia, que pretenden adquirir una capacitación en el desarrollo de las nuevas tecnologías que están actualmente disponibles, para su aplicación al mundo empresarial.

El título tiene una clara proyección profesional, orientada a la empresa, pero no por eso deja de incluir también una vertiente de carácter académico, estableciendo las bases teóricas y abriendo marcos de investigación en temas de gran actualidad.

Para más información visitar la página web del curso:

[www.mastermarketingdigitaluned.com](http://www.mastermarketingdigitaluned.com)

El máster tiene prevista la colaboración diversos ponentes que son profesionales del sector, tales como:

- **Sico de Andrés** (Consultor SEO, Autor del libro "Quiero que mi empresa salga en Google").
- **José Manuel Antelo** (CEO en Brand&Network).
- **Cristobal Martínez** (Consultor IT).
- **Pedro Jesus González** (Estrategia Digital en Good Rebels - Digital Nomad)
- **Beatriz Calzada** (Social Supervisor, Performics EMEA, Publicis Media).
- **Edgar Sánchez** (Head of Paid Search, NH Hotel Group).
- **Andrés Pérez Ortega** (Consultor de Estrategia Personal y Branding Personal).

## Otra Información

Será responsabilidad exclusiva del Equipo Docente la información facilitada en la siguiente relación de hipervínculos. En caso de detectarse alguna contradicción, prevalecerá la oferta formativa aprobada por el Consejo de Gobierno para cada convocatoria, así como del Reglamento de Formación Permanente y del resto de la legislación Universitaria vigente.

## 2. Contenido

### 1. Marca Personal

- Introducción al Personal Branding: tu marca, tu vida.
- La psicología de la búsqueda de empleo
- Tácticas de Marketing de Atracción y Marketing Directo
- La entrevista, el CV y el proceso de selección desde la marca personal
- Casos prácticos y ejemplos
- Los conceptos de búsqueda pública/búsqueda privada
- La nueva realidad de la búsqueda de empleo 'permanente' y su adecuación estratégica
- Diseñando una estrategia online para conseguir empleo.
- El caso de Twitter
- LinkedIn como herramienta para lograr trabajo
- Tu espacio web: tarjetas de presentación online, micro-blogs, blogs y páginas
- Otras redes sociales de interés: Pinterest, Tout, Facebook, etc.

### 2. Emprendiendo en WEB 2.0. JOOMLA

- Aprender a crear, diseñar y gestionar una página web
- Diseño y gestión de contenido
- Instalación de plugins sociales, módulos y componentes

### 3. Emprendiendo en WEB 2.0. WORDPRESS

- Aprender a crear, diseñar y gestionar una página web
- Diseño y gestión de contenido
- Instalación de plugins sociales, módulos y componentes

### 4. Prestashop

- Catálogo de Productos
- Gestión de Pedidos y Clientes
- Gestión de Módulos
- Templates
- Sistemas de Pago

- Estadísticas
- Herramientas
- Evaluación de la tienda Virtual

## 5. Herramientas de Marketing online aplicadas al ecommerce

- Principales métricas del negocio digital. Las herramientas de marketing online: los comerciales de mi canal online.
- Objetivos del marketing online: branding, tráfico, usuarios registrados, ventas
- Evolución del mundo del marketing: del off al on, pasando por una integración multicanal.
- Mi página web como primer elemento promocional: requisitos de usabilidad.
- Email marketing: comparación de principales herramientas
- Marketing de afiliación: características y principales redes
- Nuevas tendencias del marketing online: Real Time Bidding, Remarketing
- Social Media: Redes sociales: Del Social Media al Social Commerce
- La medición analítica como característica común: Principales herramientas.
- La ubicuidad de los nuevos medios: vídeo marketing y marketing móvil
- Atención al cliente como factor estratégico en la promoción de mi web

## 6. Google Analytics

- Google Analytics
- Casos prácticos
- Certificación de Google Analytics

## 7. SEM

- Google Adwords
- Marketing para motores de búsqueda (SEM)
- Certificación de Google Adwords

## 8. Posicionamiento en buscadores SEO y SEM

- Motores de búsqueda
- Pasos previos a la optimización web
- Términos objetivos

- Factores internos (On page)
- Factores externos
- Optimización para medios sociales
- Gestión de la reputación online (ORM)
- Tendencias de los buscadores
- Buscadores y sus herramientas
- Midiendo sus resultados

## 9. Introducción RRSS

- Creación y configuración de redes sociales.
- Conceptos básicos específicos y comunes de las redes sociales

## 10. Plan Social Media

- Que hacer y como en medios sociales.
- Presente de las redes sociales.
- Creación y configuración de redes sociales.
- Conceptos básicos específicos y comunes de las redes sociales.
- Herramientas de gestión de redes sociales
- Facebook, Twitter, Google+, Linkeding, Youtube, Pinterest, Intagram, Myspace, flickr, Blog, blogger, wordpress, tumblr
- Intro - Visión estratégica SM - web 2.0 - marketing online...
- Social Analytics
- Monitorización de marca - Listening - Gestión de crisis. Marketing de influencia. Brandwacht.
- Marketing de contenidos y transmedia
- Social paid media
- Modelos de negocio en Internet.
- Social Business: Innovation / RRSS internas - Cultura 2.0 / Social CRM / Loyalty
- Reputación online

## 11. Marketing Móvil

- QR Codes
- Realidad aumentada

- Contenidos Mviles

- Webmvil vs Apps

## 12. StoryTelling

- StoryTelling

## 13. Reputación Online

- Reputación Online

- Gestión de crisis

## 14. Aspectos Legales

- Aspectos legales del ecommerce

**15.Trabajo fin de máster**, consistente en 10 créditos. El trabajo fin de máster consiste en el desarrollo de una web que incluye un plan de social media y estrategias de posicionamiento SEO.

## 3. Metodología y actividades

La metodología del máster en Marketing Digital, Social Media y Business Analytics es eminentemente práctica y está basada en el método del caso.

Los temas se analizan a través de casos prácticos. Esta metodología permite identificar los principales problemas que afectan a las empresas y desarrollar la capacidad de toma de decisiones del participante, entre otras habilidades.

Para desarrollar esta metodología en nuestros programas online contamos con una plataforma virtual y unas sencillas herramientas, a través de las que se realizan las sesiones de clase.

Los alumnos irán aplicando los distintos conocimientos adquiridos en cada una de las partes a casos reales. Estos conocimientos conformarán la base para el desarrollo del proyecto fin de máster, en el cual llegarán a confeccionar una estrategia global para una empresa basándose en las diferentes técnicas y software existentes en el mercado.

La plataforma virtual es el punto de referencia de todas las actividades del programa y la plataforma tecnológica que mantiene unidos a profesores y alumnos desde las más diversas localizaciones geográficas.

El alumno podrá mantener contacto con los profesores y compañeros a través de Internet. El curso es enteramente a distancia aunque

es posible que se realicen algunas sesiones presenciales de carácter no obligatorio por parte de distintos profesionales del mundo Social Media, SEO, Marketing, etc.

## 4. Material didáctico para el seguimiento del curso

### 4.1 Material obligatorio

#### 4.1.1 Material en Plataforma Virtual

El equipo docente entregará al alumno a través de la plataforma, material desarrollado por el propio equipo docente, que incluirá herramientas para desarrollar las distintas prácticas.

Los alumnos se instalarán los distintos programas y herramientas para el seguimiento y desarrollo del máster. Tendrán un tutor técnico que les ayude a la instalación de todos los programas y entornos.

En cada uno de los temas del máster se ha desarrollado un material específico para el desarrollo de este tema, donde se explican cada una de las funcionalidades de las diferentes herramientas que se tratan en el máster. Además en cada tema se les proponen una serie de ejercicios guiados para que el alumno pueda desarrollar el trabajo. En aquellas temáticas donde sea necesario, se proporcionará alojamiento para los servidores con los que el alumno va a trabajar y por último en los temas que así lo requieran se realizarán conferencias online, de las que se colgarán las presentaciones realizadas.

## 5. Atención al estudiante

La atención al alumno será mayoritariamente a través de la plataforma virtual del curso utilizando los foros disponibles a tal efecto.

Otra forma de contacto es a través del e-mail enviando un mensaje a las siguientes direcciones: [nduro@dia.uned.es](mailto:nduro@dia.uned.es) (Prof. Natividad Duro), [raquel@dia.uned.es](mailto:raquel@dia.uned.es) (Prof. Raquel Dormido) y [elena@dia.uned.es](mailto:elena@dia.uned.es) (Prof. Elena Gaudioso).

También es posible contactar con el equipo docente a través de Internet, utilizando la herramienta Skype de lunes a viernes de 10h a 14h y de 16h a 20h, previa cita con el equipo docente.

Por último, si es necesario también puede contactar con el equipo docente vía telefónica, todos los lunes y martes lectivos de 12h a 14h en los teléfonos: 91-3987169 (Prof. Natividad Duro), 91-3987192 (Prof. Raquel Dormido) o 91-3988450 (Prof. Elena Gaudioso).

## 6. Criterios de evaluación y calificación

El alumno deberá realizar de forma individual una serie de ejercicios esencialmente prácticos, con los que se pondrá de manifiesto que ha comprendido todas y cada una las temáticas que se tratan en el curso.

Para superar el máster, el alumno deberá presentar, al final del curso, un proyecto que englobará todos los conocimientos expuestos. Este trabajo fin de máster, que representará 10 créditos, consistirá en el desarrollo de una web que tenga incorporado un plan de social media y estrategias de posicionamiento SEO.

Para aquellos alumnos que realicen un mejor aprovechamiento del curso se ofertarán prácticas en empresas del sector.

## 7. Duración y dedicación

18/12/2017- 26/09/2018

## 8. Equipo docente

### Director/a

Director - UNED

*DURO CARRALERO, NATIVIDAD*

### Directores adjuntos

Director adjunto - Externo

*QUINTANILLA CEJUDO, SONIA*

### Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

*DORMIDO CANTO, RAQUEL*

Colaborador - UNED

*GAUDIOSO VAZQUEZ, ELENA*

### Colaboradores externos

Colaborador - Externo

*APARICIO VARAS, FERNANDO*

Colaborador - Externo



## 9. Precio público del curso

Precio público de matrícula: 3480 €

Precio del material: 600 €

## 10. Matriculación

Del 7 de septiembre al 15 de diciembre de 2018.

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

<http://www.fundacion.uned.es/>

## 11. Responsable administrativo

Negociado de Especialización