

MASTER MARKETING DIGITAL – MARKETING 2.0 (500h)

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. Eminentemente práctico y actualizado constantemente, pero con un soporte teórico para que el alumno adquiera una base de conocimientos que le permitan desarrollarse y especializarse en la profesión.

COMO 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.

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 AdWords 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 MASTER

MODULO 1. 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

MODULO 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

MODULO 3. IMPLICACIONES ÉTICAS DEL MARKETING

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

MODULO 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

MODULO 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

MODULO 6. PUBLICIDAD EN INTERNET

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

MODULO 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.

MODULO 8. REDES SOCIALES

1. Introducción a las redes sociales
2. Gmail
3. Blogger I
4. Blogger II
5. Blogger III
6. Blogspot I
7. Blogspot II
8. Blogspot III
9. Blogs
10. Twitter I
11. Twitter II
12. Twitter III
13. Twitter IV
14. Twitter V
15. WhatsApp - Skype
16. YouTube I
17. YouTube II
18. Otras redes I
19. Otras redes II
20. Facebook. Registro
21. Perfil
22. Fotos y Videos
23. Publicar
24. Buscar amigos
25. Comentar y publicar en muros
26. Enlaces
27. Crear eventos
28. Crear página de empresa
29. Google + I
30. Google + 11

Test Final Redes Sociales

MODULO 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. AdWords 1
26. Promoción de pago. AdWords 2
27. Promoción de pago. AdWords 3
28. Promoción de pago. AdWords 4
29. Promoción de pago. AdWords 5
30. Resumen final

Test final Posicionamiento Web

MODULO 10. GOOGLE ANALITYCS

1. Introducción
2. Cuenta en Google
3. Google AdWords
4. Cookies
5. Código de seguimiento
6. Entorno
7. Entorno II
8. Cuentas

9. Propiedades
10. Vistas
11. Filtros I
12. Filtros II
13. Filtros III
14. Expresiones regulares
15. Análisis de datos
16. Paneles
17. Intelligence
18. Informe en tiempo real
19. Informe de audiencia I

20. Informe de intereses
 21. Información geográfica
 22. Informe de audiencia II
 23. Google AdWords
 24. Informes personalizados
 25. Flujos
 26. Comportamiento
 27. Analítica de página
- Manual Google Analytics
Test final Google Analytics

MODULO 11. SEO AVANZADO

0. Guía didáctica
1. Certificado SSL
2. Primeros pasos SEO
3. SEO Operaciones iniciales
4. SEO con Jetpack
5. Yoast SEO
6. PageRank y contenidos
7. Contenidos
8. Contenidos II
9. Legibilidad y SEO
10. Estrategia SEO Brand Building
11. Estrategia SEO Auditoria

12. Estrategia SEO On Page I
 13. Estrategia SEO On Page II
 14. Estrategia SEO Long Tail
 15. Estrategia SEO La competencia
 16. Estrategia SEO Enlaces
 17. Google Analytics
 18. SEO Página principal I
 19. SEO Página principal II
 20. SEO Pagina de contenidos I
 21. SEO Pagina de contenidos II
- Manual SEO Avanzado
Test final SEO Avanzado

MODULO 12. HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL

1. Marketing de contenidos
2. Tips de marketing digital avanzado

Manual de Marketing Digital 2.0

Proyecto final