

MÁSTER EN MARKETING DIGITAL - MARKETING 2.0



CARACTERÍSTICAS



MODALIDAD ONLINE

Acceso a la plataformas 24 horas al día



1 AÑO DE DURACIÓN

500 Horas lectivas



12 ESPECIALIDADES

Incluye las herramientas WordPress, Google Analytics, Revive Ad-Server y Hootsuite



TITULO EN 1 AÑO

Título de Master en Marketing Digital
- Marketing 2.0

TEMARIO

1. 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

2. 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

3. MODULO 3. IMPLICACIONES ÉTICAS DEL MARKETING

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

TEMARIO

4. 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

5. 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

TEMARIO

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

6. MODULO 6. PUBLICIDAD EN INTERNET

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

7. 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.

8. MODULO 8. REDES SOCIALES

- 1.- Introducción a las Redes Sociales
- 2.- Gmail

TEMARIO

- 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 y Skype
- 16.- Youtube I
- 17.- Youtube II
- 18.- Otras redes sociales 1
- 19.- Otras redes sociales 2
- 20.- Facebook I
- 21.- Facebook II
- 22.- Facebook III
- 23.- Facebook IV
- 24.- Facebook V
- 25.- Facebook VI
- 26.- Facebook VII
- 27.- Facebook VIII
- 28.- Facebook IX
- 29.- Instagram 1
- 30.- Instagram 2
- 31.- Instagram 3
- 32.- Instagram para empresas

9.

MODULO 9. POSICIONAMIENTO WEB

1. Promoción gratis y pagando
2. Porqué algunas webs siempre salen las primeras?
3. Dominios

TEMARIO

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

10. MODULO 10. GOOGLE ANALITYCS

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

TEMARIO

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 Ads
 24. Informes personalizados
 25. Flujos
 26. Comportamiento
 27. Analítica de página
- Manual Google Analytics
Test final Google Analytics

11.

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

TEMARIO

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

12.

MODULO 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

