

# GUÍA DEL MÁSTER



## MÁSTER EN MARKETING DIGITAL 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

VGL004

a  en

 CECAP

**VEIGLER**  
BUSINESS SCHOOL



**A DISTANCIA**



**Tutor personal**



**600 Horas**



Posibilidad **Estancias  
Formativas**



**Pago a plazos**



De ~~3120€~~ a **780€**



## Metodología

En Veigler Business School apostamos por un método de estudio alternativo a la metodología tradicional. En nuestra escuela de negocios es el propio alumno el encargado de organizar y establecer su plan de estudio. Este sistema le permitirá conciliar su vida laboral y familiar con la proyección de su carrera profesional.



## Tutor

A lo largo de la titulación, el alumno contará con un tutor que le ofrecerá atención personalizada y un seguimiento constante de sus estudios. El estudiante siempre podrá acudir a su tutor vía correo electrónico para resolver cualquier tipo de duda, ya sea sobre el material formativo, la planificación de los estudios o referente a gestiones y trámites académicos.



## Certificación

Una vez el alumno haya finalizado la formación y superado con éxito las pruebas finales, el estudiante recibirá un diploma expedido por Veigler Business School que certifica que ha cursado el "**MÁSTER EN MARKETING DIGITAL 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY**". El título cuenta con firma de notario europeo y está avalado por nuestra condición de socios de la Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP) y la Asociación Española de Escuelas de Negocios (AEEN). Además el alumno dispondrá del reconocimiento de **24** créditos ECTS.



## Modalidad de estudio

La titulación puede cursarse en modalidad **ONLINE**. Una vez realizada la matrícula, el alumno recibirá un e-mail de bienvenida de su tutor con las claves de acceso al campus virtual. En él, el estudiante encontrará el material didáctico necesario para realizar la formación y tendrá distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen.

La titulación puede cursarse en modalidad **A DISTANCIA**. Una vez realizada la matrícula, el tutor le enviará un e-mail de bienvenida al alumno, y por otro lado, el estudiante recibirá el material formativo a su domicilio en un plazo de 6-8 días. En él encontrará distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen. El alumno deberá mandar el examen final por correo electrónico a su tutor.

## **TEMARIO**

### **PARTE 1. MARKETING DIGITAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL**

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA**

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO**

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING**

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING**

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM**

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA**

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING**

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE**

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING**

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

## **PARTE 2. MARKETING ELECTRÓNICO**

### **TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO**

1. Tipos de Marketing
2. Proceso de implantación del Marketing
3. El mercado

### **TEMA 2. LA COMUNICACIÓN**

1. Comunicación de Internet Herramientas
2. Herramientas de Marketing Mix

### **TEMA 3. MARKETING DESDE UNA PÁGINA WEB**

1. Página Web como marketing

## **MMÓDULO 2. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED**

### **TEMA 4. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS**

1. ¿Qué es Comercio Electrónico?
2. Usos del comercio electrónico
3. Usuarios del comercio electrónico
4. Categorías del comercio electrónico

### **TEMA 5. COMERCIO ELECTRÓNICO VENTAJAS E INCONVENIENTES**

1. El comercio electrónico y sus ventajas
2. Inconvenientes del comercio electrónico

### **TEMA 6. ACTIVIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. ¿Qué es la actividad del comercio?

### **TEMA 7. DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA EN INTERNET**

1. La distribución logística

## **TEMA 8. COMERCIO ELECTRÓNICO LEGISLACIÓN**

1. Ley de protección de datos
2. Normativas diversas

## **TEMA 9. SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Seguridad en Internet
2. Antivirus
3. Uso de las Firmas digitales
4. Uso del certificado digital
5. Protocolos de Seguridad

## **TEMA 10. PAGO SEGURO MEDIANTE INTERNET**

1. Modalidades de Pago Utilizada

## **ANEXO 1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA**

1. Introducción
2. Evolución general
3. El comercio electrónico en España segmentado geográficamente según el origen y el destino de las transacciones

## **ANEXO 2. MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Introducción
2. Clasificación de los modelos de negocio en el comercio electrónico
3. Conclusión