

Cursos de postgrado	Curso académico 2024-2025
	Marketing Digital del 16 de diciembre de 2024 al 30 de septiembre de 2025
60 créditos	MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE

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

Curso 2024/2025

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 de Formación Permanente, Diploma de Especialización, Diploma de Experto/a y Certificado de Formación del Profesorado.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de Grado, Licenciatura, Diplomatura, Ingeniería, Ingeniería Técnica, Arquitectura o Arquitectura Técnica. La dirección del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable de la citada dirección, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto/a Universitario/a. En estos supuestos para realizar la matrícula se deberá presentar un currículum 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.

Quien 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

El Máster en Marketing Digital sustituye al anterior máster en Marketing Digital, Social Media y Business Analytics.

El Máster está dirigido a estudiantes, emprendedores y profesionales en activo interesados en conocer las técnicas de marketing digital. En definitiva, está dirigido a cualquier persona que desee adquirir una formación práctica avanzada en el ámbito de las tecnologías digitales para crear estrategias de marketing innovadoras y efectivas, e implementarlas en su ámbito laboral.

El Máster está meticulosamente diseñado para aquellos estudiantes y profesionales proactivos que buscan potenciar su carrera en el ámbito del comercio electrónico y el marketing digital. Se trata de una formación ideal para aquellos que buscan dominar el arte de la comunicación efectiva de productos o servicios, utilizando las herramientas digitales más actualizadas.

El Máster está dirigido a un público que no solo quiere seguir el ritmo sino que desea liderar la transformación digital de su empresa. El Máster ofrece una inmersión profunda en estrategias avanzadas de Social Media, mediante el uso estratégico tanto de redes sociales como profesionales. Del mismo modo, proporciona una comprensión exhaustiva de cómo estas herramientas digitales pueden ser utilizadas para construir y fortalecer la presencia online de una marca, fomentar el engagement del consumidor y generar conversiones significativas.

Los participantes aprenderán a trabajar un entorno digital que está en constante cambio, desarrollando habilidades críticas para crear campañas de marketing digital cautivadoras y medir su éxito con precisión.

No se requiere una titulación específica debiendo observarse en todo caso los requisitos de acceso marcados por la normativa de Formación Permanente.

1. Presentación y objetivos

El Máster en Marketing Digital está diseñado para dotar a los estudiantes de distinta procedencia con las habilidades prácticas y teóricas necesarias para diseñar, implementar y gestionar estrategias de marketing digital efectivas.

Al finalizar el programa, los estudiantes estarán preparados para afrontar los desafíos del marketing digital y del desarrollo de nuevas tecnologías en un entorno empresarial en constante cambio. Así mismo, serán capaces de contribuir de manera significativa a los objetivos de negocio de sus organizaciones, empresas o proyectos personales.

De manera más concreta, el temario persigue concretar los siguientes objetivos:

1. Establecer el Conocimiento en estrategias de Marketing Digital

Proporcionando una sólida comprensión de estrategias de contenido, SEO, SEM, marketing en redes sociales y email marketing.

Asegurando que los estudiantes comprendan el contexto digital actual, incluyendo la evolución del internet, el comportamiento del consumidor en línea y las tendencias emergentes en tecnologías digitales.

2. Desarrollo de Habilidades Técnicas y Analíticas

Capacitando a los estudiantes en el uso de herramientas y plataformas digitales clave, como sistemas de gestión de contenido (CMS), herramientas de análisis de datos (como Google Analytics), y plataformas de publicidad digital (como Google AdWords).

Y también enseñando a los estudiantes a recopilar, analizar e interpretar datos digitales para tomar decisiones informadas y medir el impacto de las estrategias de marketing digital.

3. Estrategias Avanzadas en Marketing Digital

Profundizando en estrategias avanzadas y especializadas de marketing digital, incluyendo marketing móvil, marketing de influencia y personal branding.

Explorando técnicas de storytelling y contenido visual para crear campañas de marketing digital más atractivas y efectivas.

4. Gestión de Proyectos Digitales

Desarrollando habilidades de gestión de proyectos digitales, incluyendo la planificación, ejecución y evaluación de campañas de marketing digital.

Fomentando la capacidad de trabajar en equipos multidisciplinarios y liderar proyectos digitales desde la concepción hasta la implementación y el análisis de resultados.

5. Ética y Legalidad en el Marketing Digital

Sensibilizando a los estudiantes sobre las consideraciones éticas y legales en el marketing digital, incluyendo privacidad de datos, consentimiento del usuario y regulaciones globales como el GDPR.

Promoviendo el desarrollo de campañas de marketing digital responsables y sostenibles que respeten los derechos de los consumidores y promuevan prácticas comerciales justas.

6. Preparación para la Industria

Preparando a los estudiantes para carreras exitosas en marketing digital, proporcionando conocimientos aplicables y habilidades

demandadas por la industria.

Ofreciendo oportunidades de aprendizaje experiencial a través de proyectos reales, prácticas profesionales y colaboraciones con empresas del sector digital.

7. Innovación y Creatividad

Estimulando la innovación y la creatividad en el desarrollo de soluciones de marketing digital, animando a los estudiantes a experimentar con nuevas ideas y tecnologías emergentes.

Preparando a los estudiantes para ser líderes de pensamiento en el campo del marketing digital, capaces de anticipar y adaptarse a los cambios en el entorno digital.

Para todo ello, el Máster tiene prevista la colaboración diversos profesionales del sector, tales como:

- **Sico de Andrés** (Consultor SEO).
- **Cristóbal Martínez** (Consultor IT). **Susana Aparicio** (Search and Social Ads Senior Account Manager, GroupM (WPP)).
- **Edgar Sánchez** (Head of Search Marketing, NH Hotel Group).
- **Andrés Pérez Ortega** (Consultor de Estrategia Personal y Branding Personal).
- **Elia Guardiola** (Especialista en Marketing Emocional, Storytelling y Storyexperiences).
- **Raquel González** (Directora de Comunicación en el Tenedor).
- **Lucía Escobar** (Full Stack Developer. Co-CEO en ADR Encoder).

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.

[Más Información](#)

2. Contenidos

1. Marca Personal

2. Wordpress

3. Prestashop

4. Introducción al manejo y análisis de datos con Excel

5. Google Analytics

6. NoCode, Inteligencia Artificial y Automatización

7. SEM

8. Posicionamiento en buscadores SEO

9. Plan Social Media

10. Marketing Móvil

11. StoryTelling

12. Reputación Online

13. Aspectos Legales

14. Trabajo Fin de Máster (10 ECTS)

3. Metodología y actividades

La metodología del Máster en Marketing Digital 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 para impartir la docencia.

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.

Así, el trabajo fin de máster consiste en el desarrollo de una web, así como la elaboración de un plan de social media y estrategias de posicionamiento SEO.

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. A través de ella el alumno podrá mantener contacto con los profesores y los compañeros.

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 Medial, 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 ayudará a la instalación de todos los programas y entornos.

En cada uno de los temas del Máster se ha desarrollado un material específico para su estudio, en el que se explican todas las funcionalidades de las diferentes herramientas que se tratan en el Máster. Además en cada tema se 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.

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 (Prof. Natividad Duro), raquel@dia.uned.es (Prof. Raquel Dormido) y elena@dia.uned.es (Prof. Elena Gaudioso).

También es posible contactar con el equipo docente a través de videollamada, 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 12 a 14 horas en los teléfonos: 91.398.71.69 (Prof. Natividad Duro), 91.398.71.92 (Prof. Raquel Dormido) o 91.398.84.50 (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

Del 16/12/2024 hasta el 30/09/2025.

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

DURO CARRALERO, NATIVIDAD

Directores adjuntos

Director adjunto - Externo

QUINTANILLA CEJUDO, SONIA

Director adjunto - Externo

SOTO GOMEZ, JOSE CARLOS

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

DORMIDO CANTO, RAQUEL

Colaborador - UNED

GAUDIOSO VAZQUEZ, ELENA

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

GONZÁLEZ, PEDRO

Colaborador - Externo

LAZARO AVILA, MARIA

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 3.600,00 €.

Precio del material: 700,00 €.

10. Descuentos

10.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en [este enlace](#).

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: descuentos@fundacion.uned.es.

11. Matriculación

Del 5 de septiembre al 28 de noviembre de 2024.

Información de matrícula:

Fundación UNED

C/ Guzmán el Bueno, 133 - Edificio Germania, 1ª planta

28003 Madrid

Teléfonos: +34913867275/1592

Correo electrónico: bsaez@fundacion.uned.es

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

12. Responsable administrativo

Negociado de Especialización.