Cursos de postgrado

60 créditos

Curso académico 2015-2016

Social Media & Community Manager. Dirección de Marketing Digital 2.0

del 15 de diciembre de 2015 al 30 de septiembre de 2016

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

Convocatoria actual

Existe una convocatoria de este curso en el último curso académico publicitado.

Periodo de matriculación:

Del 7 de septiembre al 12 de diciembre de 2023.

Periodo de docencia:

Del 18 de diciembre de 2023 al 30 de septiembre de 2024.

Puede acceder a ella a través de este enlace.

PROGRAMA DE POSTGRADO
Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.
Curso 2015/2016

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

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 master en Social Media y Community Manager. Dirección de Marketing Digital 2.0 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:

http://www.communitymanageruned.com/

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

Sico de Andrés

José Manuel Antelo

María Lázaro

Cristobal Martinéz

Pepa Romero

Luz Nuñez

Pedro Jesus González

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. Contenido

1.Emprendiendo en WEB 2.0. JOOMLA, WORDPRESS

· Aprender a crear, diseñar y gestionar una página web, en Joomla y Wordpress

· Diseño y gestión de contenido

· Instalación de plugins sociales, módulos y componentes

2.Tienda virtual Prestashop

· Catálogo de Productos

· Gestión de Pedidos y Clientes

· Gestión de Módulos

· Templates

· Sistemas de Pago

· Estadísticas

· Herramientas

· Evaluación de la tienda Virtual

3.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.

· Laubicuidad de los nuevos medios: video marketing y marketing móvil

· Atención al cliente como factor estratégico en la promoción de mi web

· Medios de pago online y la gestión del fraude

· Aspectos legales del ecommerce

4.Posicionamiento en buscadores SEO

· 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

· Marketing para motores de búsqueda (SEM)

· Buscadores y sus herramientas

· Midiendo sus resultados

5.Herramientas de Google

· Google Analytics

· Google Webmaster

· Otras herramientas: Google Reader, Google Alerts

· Casos prácticos

6.Redes Sociales

· 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, Tuenti,Twitter, Google+, Linkeding, Youtube, Pinterest, Intagram, Myspace, flickr,Blog, blogger, wordpress, tumblr

7.Herramientas Social Media

· 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

8.Herramientas y plataformas social media

9.Reputación Online

· La Web 2.0: últimos avances y la -nueva ciencia de los social media-.

· Fundamentos de la estrategia online: espacio web, redes sociales y contenidos optimizados

· Principios de la reputación online: diseñando una estrategia proactiva.

· Monitorización online: principios y prácticas

· Cómo gestionar los comentarios y valoraciones negativas.

· Preparados para las crisis: la gestión de crisis online.

10.Marketing Móvil

· QRCodes

· Marketing geoposicionado

· Realidad aumentada

· Contenidos Moviles

· Webmovil vs Apps

11.Mercados exteriores, otros mercados, otros social media

12.Marca Personal y Empleo

· 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.

13.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 Social Media y Community Manager. Dirección de Marketing Digital 2.0 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 están previstas la realización de 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 instalaran los distintos programas y herramientas para el seguimiento y desarrollo del máster. Tendrán un tutor técnico que les ayudara a la instalación de todos los programas y entornos.

En cada uno de los temas del master se ha desarrollado un material especifico para el desarrollo de este tema, donde se explican cada una de las funcionalidades de las diferentes herramientas que se tratan en el master. Además en cada tema se les proponen una serie de ejercicios guiados para que el alumno pueda desarrollar el trabajo. En aquellas temáticas donde es necesario trabajar con servidores también se les da alojamiento para los servidores con los que alumno va a trabajar. Además en cada tema se realizarán conferencias online, de las que se colgaran 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 (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 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. Al final del curso deberá presentar un proyecto que englobara todos los conocimientos expuestos.

Para superar el máster el alumno deberá presentar el trabajo fin de máster que representará 10 créditos y que 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 de ofertarán prácticas en empresas del sector para poder llevar a cabo un mejor aprovechamiento del curso.

7. Duración y dedicación

El master comenzará el 15 de Diciembre de 2015 y finalizará el 30 de Septiembre de 2016.

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

DURO CARRALERO, NATIVIDAD

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

DORMIDO CANTO, RAQUEL

Colaborador - UNED

GAUDIOSO VAZQUEZ, ELENA

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

APARICIO VARAS, FERNANDO

Colaborador - Externo

DEL SANTO RUIZ, OSCAR

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 3.499,80 €.

Precio del material: 600,00 €.

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 7 de septiembre al 18 de diciembre de 2015.

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

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

12. Responsable administrativo

Negociado de Especialización.