

MÁSTER EN

Marketing Digital

Acreditado por la UCAM*



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA

**Consulta condiciones.*

Marketing Digital

Módulo 1: Introducción al marketing digital

- Introducción
- El nuevo consumidor
- La adaptación de las empresas
- El plan de Marketing Digital

Módulo 2: Analítica Digital

- Introducción a la analítica web
- Razonamiento analítico
- Google Analytics

Módulo 3: SEO

- Introducción al SEO
- Cómo funciona el SEO
- Tipos de SEO
- Cómo ganar visibilidad
- Auditoría SEO
- Herramientas SEO

Módulo 4: Publicidad en Digital SEM

- Introducción al SEM y evolución
- Arquitectura de una cuenta de Google Ads
- Estrategias de puja

- Conversiones
- Palabras clave
- Google Ads
- El Remarketing
- Herramientas de búsqueda
- Certificación en Google Academy

Módulo 5: Social Media

- Introducción, origen y evolución
- Plan de Social Media
- Monitorización y análisis de resultados
- Marketing y publicidad
- Herramientas

Módulo 6: Inbound y marketing de contenidos

- Introducción al Inbound frente al Outbound
- Elementos del Inbound
- Marketing de contenidos
- Copywritting

Módulo 7: Experiencia de usuario

- Introducción y fundamentos del UX
- Innovación e investigación
- Diseño de interfaces
- Herramientas UX

Módulo 8: Metodología CRO

- Introducción, conceptos y mentalidad CRO
- Metodología CRO
- Conociendo el negocio a optimizar
- Análisis cualitativo, hipótesis y acciones
- Qué testar y para qué: testing y experimentación
- Herramientas CRO

Módulo 9: Ecommerce

- Introducción, historia y evolución
- Modelos de ecommerce
- CMS a utilizar
- Campañas de Marketing digital en ecommerce
- Logística
- Analítica ecommerce
- Marco regulatorio
- Herramientas complementarias

Módulo 10: *Growth Hacking*

- Introducción al Growth
- Funnel de producto
- Modelos de experimentación
- Hacks
- NoCode
- Herramientas

Especialización Analítica y UX

Módulo 1: UX

- Fundamentos del User Experience
- Innovación e investigación
- Estrategia
- Diseño de interfaces
- Testado de interfaces
- Accesibilidad
- Arquitectura web UX
- Cómo diseñar sin saber diseñar
- Flujos de trabajos y herramientas

Módulo 2: Analytics

- Fundamentos de la analítica
- Métricas, dimensiones y filtros
- Segmentos, informes y paneles
- Comportamiento del usuario
- Analítica según negocio y conversiones
- Medición con Tag manager
- Search Console
- Informes con Data Studio
- CRO con Otpimize
- Analítica en WooCommerce

Especialización Community Management

Módulo 1: El Community Manager

- La figura del CM
- Identidad digital y reputación online
- Creación de contenidos: curación y creatividad
- Plan editorial
- Atención al usuario
- Fidelización de usuarios
- Gestión de crisis en medios sociales

Módulo 2: Canales y herramientas del Community Manager

- Canva y edición de vídeos
- Wordpress
- Perfil de Facebook Page
- Perfil de Twitter Page
- Perfil de Instagram
- Perfil de LinkedIn
- Perfil de empresa en GMB
- Perfil de empresa en YouTube
- Perfil de Whatsapp
- Recorrido y práctica de Facebook e Instagram Ads
- Recorrido y práctica de LinkedIn Ads
- Analítica web de cada red social
- Interpretación de datos y toma de decisiones

Especialización SEO y SEM

Módulo 1: SEO

- Auditoría de palabras clave
- Indexabilidad: accesibilidad para los buscadores
- Estudio de los competidores: tipos de competidores
- ¿Qué es la arquitectura de la información?
- SEO off Page o Linkbuilding. Creación de enlaces naturales
- SEO técnico y la optimización WPO
- SEO Local. Gestión de fichas GMB y Bing
- SEO Internacional. ¿Cuándo es necesario?
- SEO para Ecommerce y en CMS
- Otros tipos de SEO
- Campañas SEO y otros: interacción de personas

Módulo 2: SEM

- Fundamentos del SEM
- Estudio de competidores y palabras clave. Análisis de competidores
- Arquitectura en Google Ads y su evolución
- El nivel de calidad en SEM
- Configuración de las conversaciones
- Estrategias avanzadas
- Optimización de campañas
- Automatización de campañas
- Analítica web integrada

