



DOBLE TITULACIÓN MÁSTER

Marketing Digital y SEO/SEM

Una doble titulación que te prepara para liderar en el mundo digital especializándote en las técnicas de posicionamiento web, la gestión de campañas de publicidad y mejoras de los resultados a través de la analítica web.

Formación Especializada para la nueva realidad digital

01

De tú a tú

Tú eres lo más importante. En IEM somos más que una Escuela de Negocios. Escuchamos a alumnos y empresas, nos mostramos cercanos. Nuestra forma de crear negocio se basa en la generación de relaciones desde la transparencia y la confianza.

02

Futuro

Somos una fábrica de talento. Guiamos en la dirección correcta a nuestros clientes para conseguir las competencias que tanto necesitan para alcanzar su éxito (laboral y empresarial).

03

Experiencia

Nuestros años en el sector, contar con una equipo docente de máximo nivel y una metodología testada, nos permite tener una oferta formativa actualizada y adecuada a la realidad digital, con todas las garantías y con un trato exclusivo, pudiendo satisfacer a alumnos y empresas cada vez más exigentes.

Clases intensivas

Porque profundizass en una matyeria con un fin específico.



Profesores en activo

Porque la experiencia es el mejor caso de éxito.



Learning by doing

Porque la mejor forma de aprender es haciendo.



Director académico

Porque tu seguimiento y planificación son esenciales.

Desarrollo de proyecto

Porque sales con tu proyecto listo para poner en marcha.



Tutorías

Porque tus dudas son importantes para nosotros también.



Prácticas de empresa

Porque lo importante es poner en práctica lo aprendido.



Bolsa de empleo

Porque te ayudamos a encontrar el trabajo que buscas.

Streaming

Las clases en Streaming son en directo y deberás conectarte el día y a la hora en la que se imparten tus clases. Durante todo el máster y sesión a sesión, se realizarán ejercicios y casos reales para que pongas en práctica todo lo aprendido y puedas vivir la #ExperiencialEM también desde casa sin perderte detalle.

Presencial

Vivirás la #ExperiencialEM en persona y al igual que en la modalidad streaming, durante todo el máster y sesión a sesión, se llevarán a la práctica cada uno de los conceptos teóricos aprendidos.

Un máster que te convierte en un experto digital especializado en el posicionamiento web y la creación de campañas exitosas

En la doble titulación de máster en Marketing Digital y SEO, SEM aprenderás todo lo que necesitas para ser un experto en las técnicas más novedades de gestión y optimización de buscadores, crear campañas exitosas y dominar la analítica web para obtener más ventas. Además podrás conseguir la certificación en Google Ads y Analytics.

- Dominarás las técnicas, herramientas y competencias actuales del entorno digital.
- Serás capaz de afrontar proyectos SEO, SEM, Social Media, Marketing Automization, otras áreas del marketing digital.
- Aprenderás a aplicar los factores SEO onpage y offpage y sabrás cómo realizar auditorías SEO/SEM y gestionar cuentas.
- Dominarás las técnicas, herramientas y competencias actuales del entorno digital como; SEMRush, Data Studio ScreamingFrog, KeyWord Planner, Search Console...
- Aprenderás a crear, gestionar y medir campañas en Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, Instagram Ads, etc.
- Aprenderás a gestionar de forma profesional las redes sociales y gestionar campañas de Búsqueda, Display, Mobile, Shopping y Youtube.
- Aprenderás a configurar, medir, optimizar y crear informes con Google Analytics.
- Podrás liderar cualquier proyecto online.
- Serás capaz de crear y poner en marcha una estrategia de marketing digital de principio a fin.
- Obtendrás la certificación de Google Analytics y Google Ads.

Branding, diseño, usabilidad y plataformas web/mobile

Copywriting, Social Media y Videomarketing

Social Ads: Campañas de publicidad en redes sociales

SEO y posicionamiento en buscadores

SEM: Gestión de campañas en Google Ads

Funnel de ventas, automatización y CRM

Analítica web: Google Analytics

Descubre el plan

de estudios

1 SEMESTRE

1. Fundamentos del Marketing Digital Y Branding

Pon a punto los conceptos del marketing digital y aprende cómo abordar un plan de marketing estratégico digital, estudia el «branding» como elemento diferenciador y trabaja la creatividad como clave para generar ideas originales.

El Plan de Marketing Digital: fases del plan de marketing desde la parte estratégica a la operativa: análisis, fijación de objetivos, estrategia, plan de acción, medición y control.

Branding: Territorio de Marca.

2. UX - UI

Descubre las características que debe cumplir una web para obtener el máximo partido: experiencia de usuario, usabilidad, accesibilidad y arquitectura.

-  UX Research
-  UX Design
-  Usabilidad y accesibilidad
-  Arquitectura
-  Optimización

3. Plataformas y Landing Pages

Crea una landing page perfecta y lista para poner en marcha y descubre los distintos tipos de plataformas y servidores que existen para crear tu página o tienda online.

-  Servidores y dominios
-  Tipos de plataformas
-  Landing Pages

4. Copywriting

Aprende a enamorar a tus clientes con textos creativos que generen resultados.

-  Técnicas de copywriting
-  Fórmulas de copywriting
-  Cómo redactar un anuncio para Facebook Ads
-  Copywriting para una landing page

5. Redes Sociales

Aprende a construir la comunidad digital de tu marca en Redes Sociales y aportar valor a tus fans.

-  Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest y Tik Tok
-  El algoritmo en las redes sociales
-  Herramientas de gestión de RRSS y monitorización

6. VideoMarketing

Descubre cómo incluir el vídeo en tu estrategia de marketing.

-  El uso del vídeo como estrategia de marketing
-  Tipos de vídeo
-  Formatos de vídeo publicitario
-  Videomarketing sin Youtube
-  SEO en vídeo

7. Ecommerce y Marketplaces

Descubre cómo los marketplaces y las diferentes plataformas ecommerce pueden ser tu gran aliado en la digitalización de tu negocio.

-  Plataformas ecommerce
-  Estrategias en ecommerce y marketplaces
-  Logística, gestión de envíos
-  Medios de pago y servicios postventa

Descubre el plan de estudios

1 SEMESTRE

8. Introducción a Google Ads

Aprende a crear, gestionar y optimizar campañas en Google Ads. Pon en marcha tu publicidad en buscadores.

- └ La red de búsqueda de Google
- └ Estructura de una cuenta
- └ Palabras Clave
- └ Campañas de búsqueda
- └ Modificación de las campañas
- └ Extensiones
- └ Ajustes de puja
- └ DKI (Inserción dinámica de palabras clave)
- └ Herramientas
- └ Nivel de calidad y ranking del anuncio

9. Posicionamiento en buscadores

Descubre las estrategias para posicionar tu página web en las primeras posiciones de Google.

- └ SEO Onpage
 - Planificación de la página web para SEO
 - Posicionamiento en mapas
 - Factores SEO en Page
 - Selección de palabras clave
 - Herramientas SEO y de control
- └ SEO Offpage
 - Factores SEO en Page
 - PageRank, Trustrank
 - Estrategias Offpage
 - Link Building
- └ Google Search Console
- └ UX en el SEO

10. Plan de contenidos y de social media

Conviértete en el profesional detrás de la estrategia de Social Media. Aprende a preparar, planificar y liderar la estrategia de una marca o empresa en redes sociales.

- └ Social media marketing vs la web 2.0
- └ Estrategias de Social Media y su vinculación con la estrategia global
- └ El Plan Social Media

11. Email Marketing y automatización

Elabora una estrategia completa, coherente y efectiva de email marketing en la empresa enfocada a generar conversiones y aprende a automatizarlas.

- └ Estrategia de email marketing y adecuación al Inbound Marketing
- └ Plataformas de Email marketing
- └ Herramientas de automatización
- └ La automatización en el funnel
- └ Implementación de la estrategia de automatización
- └ Puesta en marcha de una campaña de automatización de marketing

12. Mobile Marketing

Desarrolla la actividad dedicada al diseño, implantación y ejecución de acciones de marketing realizadas a través de dispositivos móviles.

- └ Responsive Design
- └ WebApp o Market Canales y sus Aplicaciones
- └ ASO (App Search Optimization)
- └ UX Mobile (Diseño y Experiencia de usuario)
- └ Métricas y análisis de resultados

Descubre el plan de estudios

1 SEMESTRE

13. Mobile Marketing

Desarrolla la actividad dedicada al diseño, implantación y ejecución de acciones de marketing realizadas a través de dispositivos móviles.

- Responsive Design
- WebApp o Market Canales y sus Aplicaciones
- ASO (App Search Optimization)
- UX Mobile (Diseño y Experiencia de usuario)
- Métricas y análisis de resultados

14. Nuevas Tendencias digitales

Descubre las nuevas tendencias de marketing en entornos digitales.

- Social commerce
- Metaverso
- Publicidad Nativa y Programática
- NFT
- Cookieless

15. Diseño de estrategias de Marketing y ventas.

Aprende a diseñar embudos de venta y funnels de conversión de una forma ágil.

- Diseño de embudos de conversión
- Estrategias de venta
- Definición del modelo de negocio

17. Google Tag Manager

Aprende a trabajar con Google Tag Manager para obtener más información sobre conversiones e interacciones de tu web.

- Configuración y creación de la cuenta.
- Implementación de Google Tag Manager
- Etiquetas, Activadores y variables
- Medir clics, descargas, formularios...
- Seguimiento de conversiones

16. Analítica web

Aprende a dominar la interfaz de Google Analytics y Google Tag Manager y sácales el máximo partido a tu presencia en internet.

- Instalación y configuración de Google Analytics
- Medición de Campañas y análisis ecommerce
- Cuenta, propiedad y filtros
- Métricas y dimensiones
- Informes Personalizados y Dashboards

18. Estrategia Global

Aprende a tocar las palancas que pondrán en marcha tu estrategia de generación de clientes para tu plan de marketing digital.

- Diseño de la estrategia
- Canales de generación de leads con la estrategia global
- Acciones y puesta en marcha
- Análisis de resultados

19. Plan de Marketing Digital

Prepara y elabora tu plan de marketing digital trabajando la parte estratégica, la planificación de acciones, la medición y control del mismo y la partida presupuestaria a través de dispositivos móviles.

- Cómo construir un plan de marketing digital paso a paso: estrategia, planificación, ejecución y control
- Presupuesto de marketing
- Cómo argumentar en 10-15 minutos tu idea
- Casos reales

1. Posicionamiento web – SEO

Aprende los conceptos básicos y avanzados del posicionamiento orgánico. Podrás optimizar tu portal web desde el inicio para mejorar su visibilidad en los buscadores, identificando los aspectos relevantes y evitando las técnicas que puedan penalizarlo. Además, conocerás las herramientas indispensables en tu estrategia SEO.

SEO y Negocio

- ┐ El marketing en buscadores: Posicionamiento orgánico vs posicionamiento de pago ¿Cuál usar, cuándo y para qué?
- ┐ Conceptos y terminología básicos del SEO, PPC, Ads y otros
- ┐ Tipos de negocios y su relación con el posicionamiento y el marketing de búsqueda
- ┐ SEO y el servidor: Clean IPs, Redireccionamientos, Hosting, dominios absolutos, relativos, etc.
- ┐ Promoción en internet. SEO como proyecto de marketing
- ┐ Modelos de negocio basados en SEO
- ┐ Fases de un proyecto SEO
- ┐ Herramientas básicas SEO
- ┐ Diferencias entre principales CMS: Wordpress, Joomla, Drupal
- ┐ URLs
- ┐ Introducción al WPO. Métodos de optimización

Keyword Research. Planificación de la página web para posicionamiento

- ┐ Definición o redefinición de objetivos: resultados a obtener de la página
- ┐ Recursos disponibles
- ┐ Identificación y análisis de competencia
- ┐ Estructura web
- ┐ La búsqueda de palabras clave.
- ┐ Tipos de keywords
- ┐ Estrategia de palabras clave
- ┐ Herramientas de planificación de palabras clave

SEO Onpage

- ┐ Herramientas SEO: Sitemaps, Analytics, Trends
- ┐ Posicionamiento en mapas: Google Places
- ┐ Factores SEO onPage
- ┐ Content marketing
- ┐ Herramientas de control: monitores, directorios, analizadores de SEO
- ┐ Comparativa con nuestra competencia

UX y el SEO

- ┐ La importancia de la UX en el SEO
- ┐ Factores de UX
- ┐ Relación UX-SEO
- ┐ Análisis y mejora de la UX de una web/landing

Descubre el plan de estudios

2ª SEMESTRE

SEO Técnico

- └ Sitemap
- └ Robots
- └ Datos Estructurados
- └ Mejoras de rastreo
- └ Indexación

SEO Mobile

- └ SEO mobile y diferencias con otros dispositivos
- └ Identificación y análisis del comportamiento de búsqueda móvil
- └ Contenidos para optimizar el posicionamiento en móviles
- └ Monitorización de posicionamiento y tráfico móvil

WPO

- └ Velocidad de carga
- └ Servidores
- └ Caché
- └ Optimización de imágenes
- └ Red de entrega de contenido (CDN)

SEO Local: Factores de Posicionamiento. Geolocalización

- └ Qué es SEO local y cómo puede ayudarnos en nuestra web
- └ Factores de posicionamiento de SEO local
- └ Cómo implementar Schemas para SEO local
- └ Obtener reseñas de nuestro sitio web o negocio
- └ Incluir un sitio web o una empresa en Google my Business

SEO Offpage

- └ Factores SEO offPage
- └ PageRank, TrustRank
- └ Link baiting
- └ Penalizaciones y Link building
- └ Análisis de competencia SEO
- └ Factores SEO – Social Media
- └ Análisis de resultados
- └ Comparativa con nuestra competencia

SEO internacional: Posicionamiento en varios idiomas u orientado a distintos países

- └ Qué es SEO internacional y cómo funciona
- └ Yandex y Baidu
- └ Etiquetas meta de idioma y país
- └ Definir orientación geográfica con Search Console
- └ Mejores prácticas para traducir contenido

SEO para Ecommerce

- └ SEO para ficha de producto
- └ Posicionamiento en buscadores para la vista de categoría, en modo rejilla y modo lista
- └ Enlaces No-Follow en tiendas online
- └ SEO para Magento y para Prestashop
- └ SEO para WordPress y WooCommerce
- └ CRO
- └ SEO para m-commerce

Descubre el plan de estudios

2ª SEMESTRE

SEO para Vídeo: Posicionamiento en Youtube y Videomarketing

- ┐ Por qué SEO para vídeos: nueva estrategia de posicionamiento
- ┐ Schemas para vídeos
- ┐ Cómo realizar SEO para vídeos con WordPress Youtube

Search Console: Cómo mejorar el posicionamiento en Google en un país específico

- ┐ El marcador de datos de Google. Enriquecimiento de datos estructurados (schema.org)
- ┐ HTML de Google para mejorar el SEO de nuestra web
- ┐ Configurar sitelinks desde Search Console
- ┐ PageRank o informe de enlaces a tu sitio web
- ┐ Visibilidad en el índice de Google: cómo mejorar el SEO
- ┐ Experiencia en móviles con Search Console
- ┐ Tiempo de carga mediante Search Console
- ┐ Estadísticas de rastreo mediante el robot de Google

Analítica aplicada al SEO: Qué y cómo medir

- ┐ Enlazar Google Analytics con Search Console
- ┐ Determinación de las KPI's SEO
- ┐ Generación de scripts, alertas

Auditorías SEO

- ┐ Auditorías SEO. Qué y cómo auditar
- ┐ Generar reports de Auditorías SEO
- ┐ Análisis de situación
- ┐ Priorización
- ┐ Planificación
- ┐ Identificación de KPI's
- ┐ Ejecución

Cuentas SEO

- ┐ Trabajar con clientes
- ┐ Formatos de servicios con clientes
- ┐ Reporting SEO

2. Google Ads

Descubre cómo gestionar tráfico de pago cualificado y construir campañas de Google Ads de forma eficiente orientadas a conseguir la máxima rentabilidad. Además, conoce herramientas y utilidades de gestión avanzadas así como las últimas novedades y funcionalidades en Google Ads.

Aspectos fundamentales de la red de búsqueda

- ┐ Configurar una campaña para la red de Búsqueda
- ┐ Uso de las distintas concordancias de palabras clave
- ┐ Extensiones de Anuncio: Mejora y tipología
- ┐ Seguimiento de Conversiones: Uso y Configuración
- ┐ Vista Previa y diagnóstico de Anuncios
- ┐ Historial de cambios de la cuenta

Descubre el plan de estudios

2ª SEMESTRE

Configuración de una Campaña de Ads

- ┐ Elección del tipo de campaña: tipología
- ┐ Estructuración de la campaña: niveles y organización
- ┐ Orientación de los anuncios a la audiencia objetivo: segmentaciones
- ┐ Establecimiento de pujas y presupuestos: CPC, CPM, CPV, CPA, ECPC
- ┐ Creación de campañas, grupos de anuncios y anuncios
- ┐ Herramientas para planificar campañas
- ┐ Planificador de Palabras Clave y Planificador de la Red de Display

Calidad del sitio web y de los anuncios

- ┐ Nivel de calidad
- ┐ Experiencia de la página de destino
- ┐ Creación de un sitio web móvil eficaz
- ┐ Información sobre tráfico no válido

Medición y optimización del rendimiento de la campaña de búsqueda

- ┐ Medición de los resultados: informes y estadísticas
- ┐ Herramientas para medir el rendimiento
- ┐ Evaluación de las métricas relevantes para los objetivos
- ┐ Optimización de la campaña

Herramientas de Ads

- ┐ Visión general de las herramientas de Ads
- ┐ Historial de la cuenta
- ┐ Herramientas para palabras clave
- ┐ Herramientas de segmentación: orientaciones y exclusión
- ┐ Herramientas de pujas y presupuestos: CPCM y CPA
- ┐ Información sobre el Editor de Ads

Búsqueda avanzada

- ┐ Estrategia de Pujas
- ┐ Borradores y Experimentos de Campaña
- ┐ Anuncios Dinámicos de Búsqueda
- ┐ Crear Anuncios con texto personalizado
- ┐ Audiencias
- ┐ Remarketing de Búsqueda (RLSA)
- ┐ Estructuras HAGAKURE

Publicidad en shopping

- ┐ ¿Qué es Google Shopping? ¿Qué es Merchant Center?
- ┐ Cómo funcionan las campañas de Shopping y los anuncios de Shopping
- ┐ Creación de una cuenta de Google Merchant Center
- ┐ Creación de un feed de datos de producto
- ┐ Creación de campañas de Shopping en Ads

Descubre el plan de estudios

2ª SEMESTRE

Display

- La publicidad de display y de la Red de Display de Google Ads
- Cómo se estructura una cuenta de Google Ads
- Inventario de Display
- Planificación de una campaña en Display
- Tipos, formatos y tamaños de anuncios
- Creación de anuncios en la Red de Display de Google: texto, display, rich media y vídeo.
- Creación de una campaña nueva.
- Estrategias para crear una campaña
- La puja en la red de Display
- Nivel de calidad y rendimiento de la campaña
- Herramientas de Display
- Métricas de rentabilidad para campañas de respuesta directa
- Relación entre el rendimiento de la campaña y las conversiones
- Rendimiento de la cuenta, la campaña y el grupo de anuncios
- Optimización de la red de Display
- Creación de informes

Publicidad de Vídeo en Youtube

- Youtube en la estrategia de marketing digital
- Formatos de anuncios de vídeo
- Configuración de campañas
- Opciones de segmentación
- Creación de anuncios
- Métricas de vídeo
- Optimización de campañas de vídeo

Análisis de datos

- Planificación de campañas
- Establecimiento de objetivos
- Interpretación de resultados
- Acciones de optimización
- Optimización de campañas de vídeo

Microsoft Advertising

- Introducción a la herramienta
- Creación de campañas

Google Ads Editor

- Introducción a la herramienta
- Creación de campañas de búsqueda
- Creación de campañas de otro tipo (display, vídeo, shopping...).
- Gestión de cambios masivos

Otros actores a PPC

- Google Display Network
- Google Ads Mobile
- Big Ads Network: Bing y Yahoo
- Gmail Ads
- Yahoo Ads

Descubre el plan de estudios

2ª SEMESTRE

Gestión de cuentas y auditoría de Google Ads

- Trabajar con clientes
- Formatos de servicios con clientes
- Reporting
- Auditorías Google Ads. Qué y cómo auditar
- Generar reports de Auditorías

3. Publicidad en redes sociales

Aprende los diferentes tipos de objetivos que nos ofrecen los social media, a crear campañas, a segmentar el público objetivo, a crear anuncios que conviertan clicks en ventas, a optimizar tu presupuesto, a insertar un píxel de conversión en tu sitio web...

También aprenderás qué anuncios son los que más resultados están dando, qué textos funcionan mejor según el producto / servicio anunciado y qué imágenes o banners son los que más convierten.

Comenzando la campaña. Estrategia y planificación

- Creación del buyer persona
- Los objetivos de campaña
- El análisis social de la competencia
- El posicionamiento de marca
- Crear y lanzar campañas de publicidad digital multicanal

Facebook + Instagram Ads

- Los objetivos de campaña
- El análisis social de la competencia
- El posicionamiento de marca
- Crear y lanzar campañas PPC/PPF
- Opciones de segmentación
- Aplicaciones, promos y sorteos. Medición
- Optimización de campañas
- Power Editor y otras herramientas

LinkedIn Ads

- La publicidad en LinkedIn
- Formatos de anuncios en LinkedIn
- Objetivos de la campaña publicitaria
- Creación de la campaña publicitaria
- Opciones de segmentación en LinkedIn
- Presupuesto y duración de la campaña de marketing digital
- Seguimiento y optimización de resultados publicitarios con LinkedIn

Pinterest Ads

- Estrategia dentro de Pinterest Ads.
- Estructura de las campañas en Pinterest.
- Objetivos de campaña de Pinterest.
- Segmentación de campañas en Pinterest.
- Formatos de Anuncios en Pinterest.
- Catálogo de productos en Pinterest Ads.
- Pixel de Pinterest Ads.
- Reporting de campañas de Pinterest Ads.
- Indicadores de rendimiento en Pinterest Ads

Descubre el plan de estudios

2ª SEMESTRE

Twitter Ads

- Objetivos publicitarios en Twitter Ads
- Tipos de campañas y de segmentación
- Creación de Campañas para conseguir followers
- Creación de Campañas “interacciones en el tweet”
- Creación de Twitter cards website
- Creación de Campañas Clicks en el sitio web o conversiones
- Analytics Twitter Ads

Tik Tok Ads

- Objetivos publicitarios en TikTok
- Tipos de campañas y de segmentación
- Tipos de anuncios
- Pixel de TikTok
- Otras funcionalidades

4. Amazon

- Vendedores en Amazon
- SEO en Amazon
- Publicidad en Amazon
- Optimización de campañas

5. Analítica digital

Descubre cómo dominar la analítica digital y las técnicas más avanzadas para trackear tus campañas digitales en Google Ads y Social Ads. Aprende a definir objetivos, a analizar embudos de conversión, a medir resultados a través de análisis avanzados y generar informes personalizados según el objetivo.

Medición de campañas

- Etiquetado de campañas online: email, banners, Facebook Ads, Google Ads
- Integración con Google Ads.
- Análisis de campañas de Google Ads.
- Informes sociales.
- Interacciones sociales.

Conversiones. Análisis y atribuciones

- Definición de Objetivos en Google Analytics
- Embudos de conversión
- Embudos multicanal: conversiones asistidas y rutas principales de conversión
- Google Experiments. Informes multicanal
- Modelos de atribución

Análisis E-commerce

- Puesta en marcha
- Tracking E-commerce
- KPIs y Métricas para medir el rendimiento en E-Commerce
- Informes de E-commerce.
- Seguimiento de Eventos.

Descubre el plan de estudios

2ª SEMESTRE

Generación de informes

- ┐ Informes de audiencia, adquisición, comportamiento, conversión, ads
- ┐ Creación de informes personalizados en Google Analytics
- ┐ Creación de Paneles de Google Analytics
- ┐ Otras formas de reporting: Data Studio, API, Google SpreadSheet,...

Análisis avanzado

- ┐ Segmentos avanzados
- ┐ Definición y alta de filtros
- ┐ Eventos
- ┐ Páginas virtuales
- ┐ Segmentos avanzados
- ┐ Análisis de búsqueda interna

Google Tag Manager

- ┐ Qué es GTM e Instalación de GTM
- ┐ Vista previa y debug
- ┐ Etiquetas
- ┐ Activadores
- ┐ Pixel de conversión Ads
- ┐ Pixel de conversión Facebook
- ┐ Selectores

Project manager

Aprende cómo debes abordar un proyecto SEO/SEM desde cero ya sea un proyecto nuevo o uno que ya esté puesto en marcha en el mercado.

7. Proyecto final

Porque no hay mejor forma de aprender que poniéndolo en práctica. Durante el desarrollo del Máster, con el apoyo de profesores-tutores, desarrollarás tu propio proyecto.

Accede al mundo laboral

Adquirir una valiosa experiencia laboral y empezar a construir un nuevo futuro profesional mediante prácticas en empresa, incrementando así las posibilidades de encontrar trabajo en el sector que más te apasione.

Las prácticas son actividades realizadas por alumnos en empresas privadas al finalizar el máster donde podrás combinar los conocimientos teóricos obtenidos en el aula, con los de contenido práctico.

Impulsamos tu carrera profesional. Tanto la Escuela, como el profesorado, buscamos desarrollar tus competencias desde un punto práctico para poder potenciarlas en tu día a día. Estamos en constante búsqueda de nuevas tendencias y conocimientos para incorporarlas en la oferta formativa, para innovar constantemente y ser un referente en formación digital.

Prácticas

Tienes acceso a prácticas voluntarias.

Conocimientos y habilidades

Participar en los proyectos reales de una empresa te proporciona conocimientos y habilidades que te servirán para desarrollarte profesionalmente.

Desarrollo de carrera

Hay un departamento de desarrollo de carreras que te da soporte y ayuda durante y después de cursar el máster.

Este departamento ofrece:

-  Mejorar tu CV.
-  Estudio del CV y de la oferta para que hagan el match perfecto.
-  Te ayuda a cómo afrontar la entrevista.

Elección de empresas

Dentro de todas las ofertas de empresas, serás tú quien decida tus tres favoritas donde realizar las prácticas. Creemos que una de las claves del éxito consiste en decidir tu propio camino, y nosotros te ayudamos a conseguirlo.

Realidad de la empresa

Podrás sumergirte en la realidad de las empresas y poner en práctica todo lo aprendido para desarrollar tus nuevas competencias profesionales asesorado siempre por los más cualificados docentes.

Red Alumni

Formarás parte de la Red Alumni, la cual te dará acceso a la bolsa de empleo actualizada periódicamente, descuentos con empresas colaboradoras, asistencia a eventos IEM, y descuentos en cualquier formación que realices con nosotros.

Networking

Generar una red de contactos del sector y establecer nuevas sinergias con ellos. El Networking es la base del potencial de tus ideas, exprímelo al máximo tanto en clase como en los eventos que organizamos.

Contratación

Al adquirir experiencia, tendrás más posibilidades de ser contratado a la hora de postularte a un nuevo puesto de trabajo. Además, un alto porcentaje de las empresas que colaboran con IEM incorpora en plantilla a los alumnos que han hecho prácticas con ellos.

Visado

Gestionamos la tramitación de tu visado. Preparamos toda la documentación necesaria para que puedas estudiar con nosotros con total tranquilidad.

Alojamiento

Descuento en alojamiento. Para que la búsqueda de alojamiento te sea más fácil, la escuela ofrece un descuento especial por alquiler en Moontels o Live4life.

Este Máster es para ti



Recién graduados



Reorientación profesional



Profesionales en activo

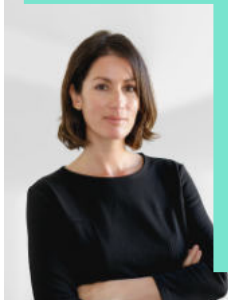


Empresas donde trabajan nuestros alumnos



Profesionales que ⁷forman profesionales

Directora del Máster



María Vanacloig
CEO
UPGRADE THE MARKETING
AGENCY



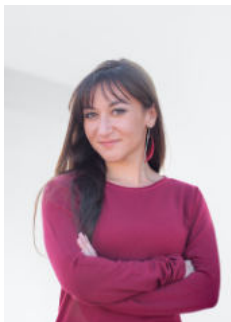
José Chover
CEO
AMAZONAME



Javier Echaleku
DIRECTOR CREATIVO
KUOMBO



Enrique Gasulla
CEO
UNANIME



Aurélie Pons
CEO Y DISEÑADORA WEB
AURELYPONS.COM



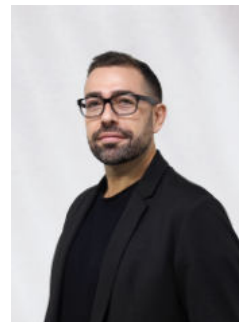
Toni Mateu
GRAPHIC DESIGNER & BRAND
DIRECTOR
DEMATEU



Arturo Argilés
CONSULTOR SEO Y ANALÍTICA
SEM&SEM VALENCIA



Mario Gallart
DIGITAL MARKETING MANAGER
CECOTEC



Marcos de Honorato
VIDEO DESIGNER
MDH BRAND VIDEO



Roberto Gorráiz
CEO
AGENCIASEO.EU



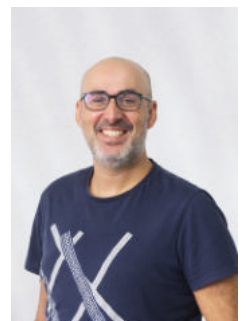
Mari Carmen Paricio
PAID MEDIA SPECIALIST
QUICKGOLD



Marcos Luque
MARKETING INTELLIGENCE
SPECIALIST
CONSULTOR INDEPENDIENTE



Ana María Pérez
DIGITAL MARKETING MANAGER
CASMARA COSMETICS



Álex Rodríguez
CEO
SEO&SEM VALENCIA

Profesionales que ⁷forman profesionales



Vicente Peris
DIGITAL ANALYTICS
CONSULTANT
DATARMONY



Jesús Gallent
DESIGN DIRECTOR
NIXAE



Sandra Sanjuan
COPYWRITER & UX WRITER
THE COPY LAB



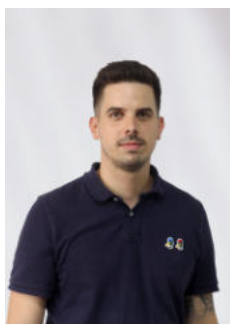
José Luis Nebot
CEO
ZTUDIO.ES



Beatriz Giménez
MARKETING CONSULTANT
GLR PARTNERS



Héctor Badal
CHIEF OPERATING OFFICER
YEEPLY.COM



Joshua Ivars
CEO & FOUNDER
LA TIENDA DEL APICULTOR



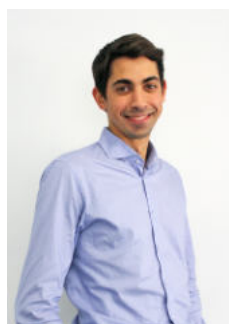
Loles Sancho
FUNDADORA
LOLES SANCHO COMUNICACIÓN



Verónica Calzada
ADD OPERATION MANAGER
VIVA! CONVERSION



Alfredo Cuadrón
DIRECTOR DE MARKETING
GEDESCO



Ismael Vargas
GROWTH SPECIALIST
STARTUP VALENCIA



Jorge Muñoz
DIGITAL PERFORMANCE MANAGER
VIVA! CONVERSION



Rafa Sospedra
CONSULTOR SEO Y ANALÍTICA WEB
KUPAKIA



Loli Bartolomé
CMO
ICEBERG 365

PROFESORES

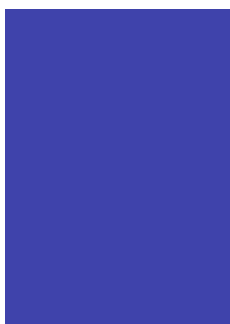
Profesionales que forman profesionales



Mario Rocafull
SOFTWARE DEVELOPER
ALBINSOFT



Jorge Carrión
DATA COLLECTION & PRIVACY
TECH LEAD
THE COCKTAIL



Marta Baviera
MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN
CECOTC INNOVACIONES



Sergio Pérez
CEO
IBIZA SOUND



Alejandro Montoya
TRAFFIC MANAGER
NEWSKILL GAMING

Ediciones y convocatorias

ENERO 2024 - ENERO 2025

64ª Edición

- Presencial o Streaming
- Lunes: 09:00 - 14:00h
Miércoles: 09:00 - 14:00h
- Duración: 12 meses

7190€

Única cuota

664€

12 cuotas

FEBRERO 2024 - FEBRERO 2025

65ª Edición

- Presencial o Streaming
- Martes: 16:00 - 21:00h
Miércoles: 16:00 - 21:00h
- Duración: 12 meses

7190€

Única cuota

664€

12 cuotas

FORMAS DE PAGO Y FINANCIACIÓN

Te ayudamos

Pago aplazado

Te lo ponemos fácil. Ofrecemos un servicio de financiación flexible, queremos que todos puedan acceder a una formación de calidad y que el dinero no sea un problema.

 Sabadell

Formación bonificable

Gestionamos de manera gratuita la bonificación de la formación a través de la Fundación Estatal para el Empleo para que tú no tengas que preocuparte de nada ni pagar por ello. Si actualmente estás en activo, podrás bonificarte el Máster en Marketing Digital.

Puedes preguntarnos y te contaremos cómo bonificarlo.

ALUMNOS IEM CUENTAN

Las personas por encima de todo

Destacaría del Máster en Marketing Digital el haber aprendido a analizar de forma exhaustiva. El marketing digital te permite saber en qué has invertido cada euro.

Nicolás Collado

DIRECTOR DE MARKETING

Me recomendaron IEM paracursar el Máster en Marketing Digital. La experiencia fue muy buena, grandes compañeros gran equipo detrás. Recomendable sin duda.

Patricia Benavente

CHIEF MARKETING & SALES OFFICER



IEM DIGITAL BUSINESS SCHOOL

C/. Colón, 1, 7^a, 16
46004, Valencia

TELÉFONO

963 106 842

WHATSAPP

629 603 221

MAIL

info@iembs.com

Solicita tu plaza y admisión al Máster y Vive la #ExperienciaIEM

El número de plazas es muy limitado. Si no te quieres quedar sin ella, contacta con nosotros. El proceso de inscripción al Máster, lo realizamos por riguroso orden de llegada de matrícula.

IEM DIGITAL
BUSINESS
SCHOOL