

EXPERTO ONLINE EN

MARKETING DIGITAL

Entidades colaboradoras



Índice

Presentación.....	2
Programa de contenidos.....	3
Sistemas y criterios de evaluación.....	4
Contenido detallado del programa.....	4
A quién va dirigido.....	7
Motivos para elegir el Experto Online en Marketing Digital.....	8
Salidas profesionales.....	9
Claustro docente del programa.....	9

Presentación

Los programas de Expertos Online proporcionan a los alumnos, tanto profesionales del sector como recién titulados, los conocimientos teóricos y prácticos en las áreas profesionales más demandadas de hoy en día.

Como una forma de ampliar el conocimiento y continuar creciendo; los Expertos Online impartidos por el Instituto Europeo San Francisco tienen una extensión variable, de entre dos a seis meses, según el número de créditos y horas.

Experto Online en Marketing Digital

Si el Marketing es una de las bases principales de funcionamiento y éxito de la empresa por ser el medio a través del cual se hace llegar la imagen del producto al cliente; en la Era de la Globalización que este Marketing se vea inducido a la digitalización es esencial para ampliar el mercado y, con ello, los logros empresariales.

Webs, blogs y redes sociales, plataformas digitales, la diversidad es cada vez mayor, y cómo nos enfoquemos en cada una de estas redes nos permitirá acercarnos a los consumidores más diversos. Esto ha provocado, por un lado, un notable cambio en las técnicas y herramientas utilizadas por los profesionales del Marketing; y por otro, la profundización y la especialización en tácticas diversas según sea el público al que va dirigido el mensaje, la red de la que se trate y el entorno en el que queramos presentar nuestro producto. La llegada de este Marketing 2.0 ha hecho necesario, de esta forma, que el especialista en Marketing evolucione y se adapte a nuevos escenarios donde el compartir información es cada vez más fácil y visual, si bien por ello resulta más difícil competir con las cada vez más empresas que se sirven de estos medios para su desarrollo.

Ahora, con las Social Media, las estrategias de comercialización basadas en la comunicación han cambiado: cada vez tienen más posibilidades, y si bien

otorga una gran ventaja a quienes están preparados para este cambio, puede suponer un problema para los especialistas que no sepan adaptarse.

Por todo ello, se hace necesario que los profesionales en Marketing se transformen, adquieran conocimientos sobre procesos como el SEO, la creación de páginas y contenidos digitales, E- Commerce y Community Management, a través de la búsqueda digital y la automatización de servicios.

La llegada de las redes digitales y su acercamiento a la sociedad, que ha llegado a transformar su forma de vida y relaciones con el entorno por medio de su uso; ha alterado los paradigmas del Marketing tal y como lo conocíamos. En este sentido, aun cuando no deba descartarse el Marketing tradicional como forma inmediata de comunicación cercana; los medios más modernos son los que verdaderamente permiten a las empresas ampliar sus horizontes y llegar a un público cada vez más amplio.

El Experto Online de Marketing Digital sienta las bases sobre estos contenidos, a través de los cuales sus alumnos pueden desarrollar el conocimiento necesario sobre el que desarrollar una labor profesional de Marketing adaptada a la actualidad, mejorando su desempeño y promoviendo el éxito de su empresa favoreciendo a su internacionalización. Si la tecnología es el método de conexión internacional del futuro, debemos estar preparados para ello cuanto antes, pudiendo con esto afrontar con éxito cualquier cambio en el mundo empresarial.

Programa de contenidos (400 horas, 16 ECTS, 5 meses)

1. Marketing Online
2. Estrategia de Comunicación y Posicionamiento
3. E-Commerce
4. Community Management

Sistemas y criterios de evaluación

La calificación final se obtendrá a partir de las notas logradas por el alumno en cada asignatura a lo largo del período lectivo. El sistema de evaluación se basará en:

- Actividades prácticas semanales.
- Examen de la asignatura.

Contenido detallado del programa

Marketing Online

Clase 1: La Web empresarial

Creación de una Web de empresa 2.0 I

Creación de una Web de empresa 2.0 II

Contenidos para convencer

Clase 2: Los contenidos Web

Las páginas clave de una Web de empresa

Dar sensación de urgencia

El check-out

Clase 3: La usabilidad y el plan de marketing

Usabilidad y diseño de Webs

Plan de marketing 2.0 y 3.0

Crear colaboraciones con otras empresas

Clase 4: El posicionamiento en Google y la transformación digital

El posicionamiento en Google

Optimización de los factores externos del sitio Web (off page)

Preguntas y respuestas sobre transformación digital y desarrollo de estrategias de marketing online

Clase 5: Los contenidos digitales

Contenidos digitales a crear según nuestros objetivos

Vídeo marketing y YouTube

Tipos de vídeo

Clase 6: La campaña de marketing Online

La Campaña de marketing online

Marketing en redes sociales y blogs
LinkedIn y Twitter

Estrategia de Comunicación y Posicionamiento

Clase 1: La comunicación en la empresa

La comunicación estratégica y corporativa

La comunicación en la empresa

Comunicación organizacional

Clase 2: Caracterización de la comunicación empresarial

La comunicación publicitaria

La comunicación global de la empresa

La creatividad en la comunicación

Clase 3: Implantación del modelo comunicacional en la empresa

Desarrollo de la estrategia de comunicación

Comunicación estratégica empresarial en los medios

Imagen, posicionamiento, reputación y marca

Clase 4: Dirección de comunicación

La dirección de comunicación

Cómo identificar y definir los públicos y los Stakeholders

Plan estratégico para una imagen corporativa

Clase 5: Tipos de comunicación empresarial

Comunicación "B to B" I

Comunicación "B to B" II

La importancia de la comunicación digital en las empresas

Clase 6: La digitalización en la comunicación empresarial

La comunicación digital global en la empresa

La transformación digital de las empresas y organizaciones

Las profesiones digitales para la comunicación estratégica en las empresas y en las organizaciones

E-Commerce

Clase 1: E-Commerce

E-Commerce. ¿Por dónde empezar?

Tipos de comercio electrónico I

Tipos de comercio electrónico II

Clase 2: E-Commerce B2B y análisis de sistemas de navegación

E-Commerce B2B, diferencias de negocio

Análisis de sistemas de navegación de sitios Web I

Análisis de sistemas de navegación de sitios Web II

Clase 3: Usabilidad y accesibilidad

Tipo de contenido y volumen de la información

La usabilidad y la accesibilidad I

La usabilidad y la accesibilidad II

Clase 4: La Omnicanalidad y la tienda Online

Inversión inicial

Tienda online y el presupuesto inicial

Experiencia de cliente y omnicanalidad. Diseñar una experiencia de cliente basada en una estrategia omnicanal

Clase 5: Producto y almacenamiento

Producto. Estudio de mercado

Plan de empresa y estudio de viabilidad

El almacenamiento

Clase 6: Área comercial en E-Commerce

Área comercial en E-Commerce

Conceptos clave de E-Commerce I

Conceptos clave de E-Commerce II

Community Management

Clase 1: La comunicación empresarial

El nuevo paradigma de la comunicación

Los Foros

¿Qué es un blog?

Clase 2: Las plataformas digitales

- Plataformas generalistas y profesionales

- Redes sociales profesionales

- Geolocalización, curación de contenidos y otras plataformas

Clase 3: Plataformas y Community Manager

- Otras plataformas

- El día a día del Community Management

- Microblogging

Clase 4: Reputación digital y Plan Social Media

- Creación de la identidad social

- Diseño de un Plan de Social Media

- Acción de arranque, crisis de reputación y medición de resultados

Clase 5: Redes sociales

- Twitter

- Otras herramientas de Social Media Strategy

- Plataformas digitales para intercambio de contenidos

Clase 6: Marketing digital en las empresas

- Marketing digital en empresas

- Interactividad y comunicación persuasiva en medios digitales

- SEM, SEO, SMO Y SMM

A quién va dirigido

Dado los numerosos cambios que se producen en el mundo empresarial en relación con la digitalización, y que estos cambios son cada vez más vertiginosos; este Experto en Marketing Online va dirigido no sólo a los profesionales del sector que quieran adaptar su labor a los modelos, herramientas y estrategias más actuales, sino que se enfoca también a servir a recientes titulados universitarios y graduados que quieren completar y perfeccionar su conocimiento sobre el tema de la digitalización del Marketing y con ello lograr una ampliación y mejora de sus posibilidades laborales.

Objetivos y competencias

1. Aprender a desarrollar y organizar planes de comunicación y venta de productos y servicios a través de instrumentos innovadores basados en las Social Media y espacios web.
2. Aprender a posicionar a la empresa a través de las redes, captando y fidelizando clientes a través de diferentes medios de comunicación.
3. Conocer y utilizar correctamente y de forma eficaz los instrumentos de marketing y ventas digitales.

Motivos para elegir el Experto Online en Marketing Digital

1. Perfeccionamiento continuado: el individuo se hace a sí mismo, crece con su actividad, y por eso desde EISAF pensamos que la educación es una base esencial para que este cambio sea positivo y de calidad. Para conseguirlo, ofrecemos cursos adaptados a las necesidades de cada profesional, de cada persona, que quiera mejorar día a día en su trabajo.
2. La importancia del currículo: en el mundo laboral actual, cada vez más competitivo y global, debemos presentarnos como el mejor cada vez que optemos a un puesto. Dentro del Marketing Digital, esta oportunidad es ahora, por su relativa novedad y crecimiento, una ocasión determinante. Por este motivo, el Instituto Europeo San Francisco ha creado un curso completo y adaptado a las necesidades de profesionales y titulados del Marketing Digital que quieran mejorar su imagen e incrementar sus posibilidades laborales.
3. La práctica: un aprendizaje teórico se queda vacío, cae en el olvido cuando no se ve apoyado por una actividad práctica que permita su interiorización e integración. Para que el aprendizaje de los cursos de EISAF sea de calidad, conscientes de esto, ofrecemos actividades prácticas adaptadas a cada contenido, tomando como ejemplo procesos y situaciones reales del entorno empresarial del Marketing Digital, para que los alumnos consigan un aprendizaje continuo y útil.
4. Mejora constante: la adaptación al mundo empresarial requiere de una investigación y actualización constante que nos permita ajustarnos a los

cambios que se producen en el mundo. EISAF facilita esta adaptación por la utilización de contenidos actuales y continuamente revisados para que sus alumnos obtengan el mejor aprendizaje.

Salidas profesionales

El programa de Experto Online en Marketing Digital sirve al alumno para desarrollar el conocimiento útil en puestos de Digital Project Manager, dirección de marketing digital, E-Commerce, SEO, SEM, Brand Digital Manager, gestión de comunicación y Community Manager.

Si posteriormente el alumnado de Experto deseara cursar un MBA o Máster con el Instituto Europeo San Francisco, le serán convalidados los ECTS adquiridos con la consiguiente reducción de tiempo y costes de los mismos.

Claustro docente del programa

María Álvarez Gómez

Licenciada en Ciencias de la información en la rama de Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Gestión Comercial y Marketing por ESIC. Su trayectoria profesional ha estado siempre ligada al mundo del Marketing, en especial de la Comunicación y de la Publicidad. Ha trabajado en diferentes compañías y agencias de medios, tanto nacionales como internacionales como Directora de Cuentas y Directora de Nuevo Negocio en Maxus, una de las principales agencias de medios perteneciente al grupo más importante a nivel mundial (WPP-Group M), y que opera a nivel internacional. Actualmente dirige la unidad de Gran Consumo a nivel de medios de L'Oreal España en Zenith. Sus conocimientos del mundo del Marketing, no solamente desde la perspectiva tradicional, sino también desde la perspectiva digital y de las nuevas tecnologías, es muy amplio y variado, puesto que ha trabajado para numerosos sectores, tales como automoción, gran consumo, alimentación, nuevas tecnologías, eléctricas y grupos de comunicación.

Almudena González del Valle Brena

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia Comillas, Máster en Comunicación por la Universidad de Pennsylvania (Annenberg School) y Doctora en Comunicación por la Universidad de Westminster (UK). Ha desarrollado su carrera profesional docente tanto presencial como Online en varias instituciones académicas españolas (Universidad Nebrija, IE University, IEP, Bureau Veritas, UNIR, Universidad Francisco de Vitoria, Universidad Pontificia de Salamanca, entre ellas) en el ámbito de la comunicación y marketing. Trabajó en marketing de producto en Publiespaña, S.A. en publicidad de televisión. Actualmente es profesora colaboradora en la Universidad Pontificia Comillas, en el departamento de Relaciones Internacionales, impartiendo las asignaturas de *Estudios regionales* y *EuropeanHistoryof 20th century*. Autora de varios artículos y publicaciones sobre comunicación de la responsabilidad social corporativa y de la política audiovisual en la Unión Europea. Profesora acreditada “contratado doctor” y un sexenio de investigación vivo reconocido.

Fernando Rivero

Máster en Dirección de Marketing por ESADE Business School. Lleva trabajando en Internet desde hace 20 años, siendo socio fundador de Magic Software, empresa de desarrollos web. Actualmente es CEO de Ditrendia, consultora especializada en estrategia digital y marketing, spin-off de la consultora Tatum. Además es Director del Observatorio de la Blogosfera de Marketing; miembro del Comité de Dirección de la Asociación de Marketing de España-MKT; y de la Junta Directiva del Club de Marketing de ESADE Alumni. Como docente es profesor de Marketing en CUNEF y en IEP; ponente en ICEMD-ESIC, IE-Business School, Universidad Santiago de Compostela y en UPF Barcelona School of Management; imparte clases In-Company en grandes empresas y participa en múltiples congresos y seminarios de forma habitual sobre sus áreas de expertise: estrategia digital, marketing, marketing digital, mobile e inbound marketing.

Adelaida Valero

Licenciada en Sociología, especialidad Mercadotecnia y Publicidad por la UA (Universidad de Alicante). Máster en Publicidad por Icade. Ha desarrollado su carrera profesional en conocidas agencias como Grupo Comunica, Targeting Link Thinkers, Grupo Ruiz Nicoli Líneas como Directora de servicios al cliente y desarrollo de negocio, o Directora de unidades de negocio, trabajando para los sectores de energéticas, gran consumos, seguros, banca, telecomunicaciones, motor, y llevando cuentas relevantes como: Coca-Cola, Red Eléctrica de España, ICO, Telefónica (Movistar), Grupo Hospitalario Vithas, Diageo, C.C. Arturo Soria Plaza, Wilkinson, Grupo Mercedes Benz, La Once, Grupo Santander, Cirsa (Sportium), Santa Lucia Seguros, Grupo Inditex. Actualmente es Responsable de la agencia de publicidad (Publiasa) en el Grupo Vectalia.

**CUANDO LA EDUCACIÓN
NO TIENE FRONTERAS,
EL ÉXITO TAMPOCO.**

EISAF

Business School

**¡IMPULSA TU CARRERA!
RESERVA TU PLAZA YA.**

EISAF
Business School

C/ Valentín Beato 24

Madrid, España

admisiones@eisaf.es

+34 910607134

www.eisaf.es