El Rector de la Universidad Nacional de Educación a Distancia

considerando que

Doña SUSANA RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ

nacida en Madrid el 12 de diciembre de 1977

ha superado los estudios correspondientes al curso

MARKETING DIGITAL, SOCIAL MEDIA Y BUSINESS ANALYTICS

Fecha de inicio: 17 de diciembre de 2018; Fecha de finalización: 22 de septiembre de 2019

según el programa que figura al dorso de este documento,
le expide el presente

TÍTULO DE MÁSTER

Madrid, a 14 de octubre de 2019

La Jefa del departamento de
Formación Permanente

Mª DEL CARMEN SICILIA FERNÁNDEZ-SHAW

El Rector

RICARDO MAIRAL USÓN

Créditos ECTS: 60 / horas: 1500

R.D. 1125/2003 de 5 de septiembre de 2003 (BOE de 18 de septiembre)

Nº de registro: TP0070297

Este documento está firmado digitalmente(*)

Este título de máster se otorga como propio de la UNED, y no tiene carácter oficial establecido en el nº 30 de la Ley Orgánica 4/2007 que modifica el art.34 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades. (*) La autenticidad de este documento, así como su vigencia y validez, puede ser comprobada mediante el **Código de Verificación Seguro (CVS)** del margen derecho en: https://formacionpermanente.uned.es/certificados o descargándolo directamente mediante el código QR.

2VC4+FPiw1VUP2HvWveeu

MARKETING DIGITAL, SOCIAL MEDIA Y BUSINESS ANALYTICS

Convocatoria 2018/2019

Fecha inicio curso: 17 de diciembre de 2018 - Fecha fin curso: 22 de septiembre de 2019

Programa

Cod: 10382

1.Marca Personal
· 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.

2. Emprendiendo en WEB 2.0. JOOMLA
· Aprender a crear, diseñar y gestionar una página web
· Diseño y gestión de contenido
· Instalación de plugins sociales, módulos y componentes

3. Emprendiendo en WEB 2.0. WORDPRESS
· Aprender a crear, diseñar y gestionar una página web
· Diseño y gestión de contenido
· Instalación de plugins sociales, módulos y componentes

4. Prestashop
· Catálogo de Productos
· Gestión de Pedidos y Clientes
· Gestión de Módulos
· Templates
· Sistemas de Pago
· Estadísticas
· Herramientas
· Evaluación de la tienda Virtual

5.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.
· La ubicuidad de los nuevos medios: vídeo marketing y marketing móvil
· Atención al cliente como factor estratégico en la promoción de mi web

6. Google Analytics
· Google Analytics
· Casos prácticos
. Certificación de Google Analytics

7. SEM
· Google Adwords
· Marketing para motores de búsqueda (SEM)
. Certificación de Google Adwords

8. Posicionamiento en buscadores SEO y SEM
· 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
· Buscadores y sus herramientas
· Midiendo sus resultados

9. Introducción RRSS
· Creación y configuración de redes sociales.
· Conceptos básicos específicos y comunes de las redes sociales

10. Plan Social Media
· 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, Twitter, Google+, Linkeding, Youtube, Pinterest, Intagram, Myspace, flickr, Blog, blogger, wordpress, tumblr
. 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
· Reputación online

11.Marketing Móvil
· QRCodes
· Realidad aumentada
· Contenidos Moviles
· Webmovil vs Apps

12. StoryTelling
· StoryTelling

13. Reputación Online
· Reputación Online
. Gestión de crisis

14. Aspectos Legales
· Aspectos legales del ecommerce

15.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.