

Datos básicos

Número de créditos: 74.00 ECTS

Preinscripción: Del 01/07/2021 al 20/10/2021

Matrícula: Del 01/10/2021 al 20/10/2021

Impartición: Del 23/11/2021 al 30/09/2022

Precio (euros): 3.994,00,00 (tasas incluidas)

Pago fraccionado: Sí

Modalidad: Semipresencial

Plataforma virtual: Plataforma Virtual US

Prácticas en empresa/institución: Sí

Procedimientos de Evaluación: Asistencia, Pruebas, Trabajos

Dirección

Unidad Organizadora:

Departamento de Administración de Empresas y Marketing

Director de los estudios:

D. Ángel Francisco Villarejo Ramos

Requisitos

- Estar en posesión de un Título Oficial de Graduado o Licenciado.
- Para los alumnos/as que hayan cursado y obtenido el Título Experto/Diploma de Especialización en Redes Sociales y Marketing Online o el Título Experto/Diploma de Especialización en Consultoría en Social Media en ediciones anteriores, solo deberán matricularse de los créditos que no cursaron en su titulación anterior.

Objetivos

- Asimilar los principios básicos en que se sustenta la Web Social e identificar las tendencias de cambio que mayor impacto presentan en relación al emprendimiento y la gestión empresarial.
- Comprender los principios básicos en que se sustenta la consultoría centrada en Social Media y Marketing Online.
- Concienciar a los alumnos de las oportunidades de desarrollo personal y profesional que ofrecen las nuevas tecnologías digitales y el fenómeno de la web social, así como la consultoría en Social Media.
- Desarrollar habilidades técnicas en el manejo de herramientas y aplicaciones web relacionadas con la gestión de la presencia corporativa en la web.
- Desarrollar habilidades técnicas relacionadas con el asesoramiento a empresas y organizaciones en el desarrollo de sus planes de actuación en redes sociales.
- Acercamiento a la realidad empresarial de casos de éxito relacionados con el fenómeno del Social Media y la web 2.0.
- Demostrar con una aplicación práctica y analítica (Proyecto Fin de Máster) el conocimiento sobre las materias relativas al diseño de estrategias en Marketing Online y conocimiento de las funciones de asesoramiento y consultoría en Social Media.

Competencias Generales

Entendiéndose el término competencia como el desarrollo de un conjunto de habilidades, actitudes y conocimientos, las principales competencias a trabajar a lo largo del título máster propuesto serían las relacionadas con:

- El diseño de entornos digitales que faciliten el desarrollo personal y profesional de los alumnos.
- La gestión de canales bidireccionales de comunicación.
- La creación de contenidos digitales, así como su interpretación.
- La búsqueda y gestión eficaz de información en los medios sociales.
- El desarrollo de sistemas de auto-aprendizaje permanente, apoyados en el uso de las tecnologías digitales.
- El trabajo en red.
- Identificación de tendencias en Social Media y Marketing Online.
- Diseño de estrategias en Social Media.
- Mejora de productos y servicios.
- Investigación sobre los patrones de comportamiento y hábitos de consumo del usuario conectado.
- Creación y desarrollo de entornos organizativos 2.0.
- Definición de un proyecto web e identificación de sus públicos objetivos.
- Diseño de arquitectura web y esquemas de navegación.
- Gestión de contenidos en sistemas CSM.
- Configuración y trabajo con plantillas.

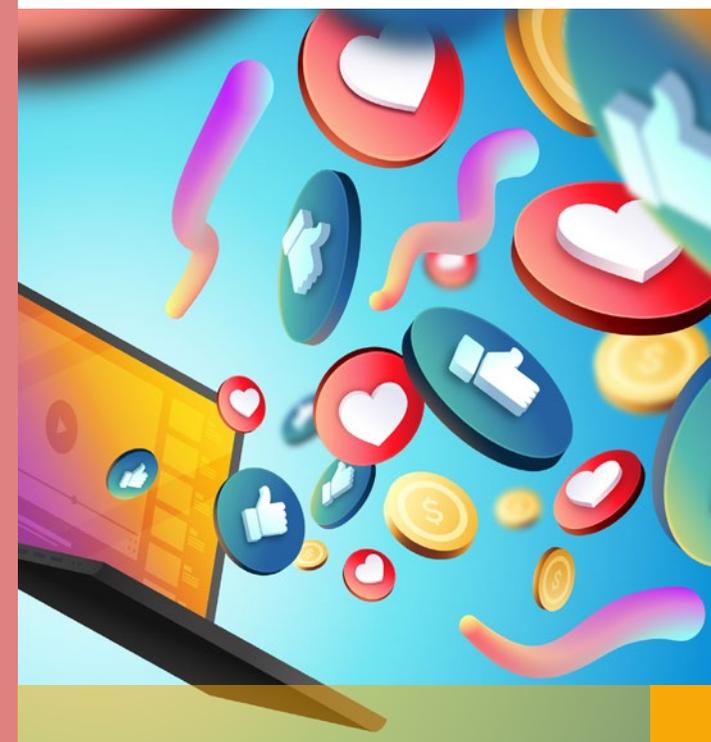


CFP Centro de Formación Permanente
Dirección General de Formación Continua y Complementaria

Máster Propio

2021-2022

■ Marketing y Estrategias en Social Media (VIII edición)



Información

Teléfono: 954 55 44 63

Web: <http://mastersmmus.org>

Facebook: <https://www.facebook.com/programasmms/>

Twitter: @smmus

Email: info@mastersmmus.org



<https://cfp.us.es>

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Comisión Académica

D. Juan Pedro Cabrera Sánchez. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D. Ángel Francisco Villarejo Ramos. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D. Manuel Jesús Sánchez Franco. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D. Carlos Ojeda Sánchez. Institución no universitaria - BizDigital

D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D. Francisco Rejón Guardia. Universidad de Málaga- Economía y Administración de Empresas

Profesorado

D^a. Alma María Alanís García. - Freelance

D. Daniel Alcántara Aguilar. - Goes Abogados

D. David Benavides Cuevas. Universidad de Sevilla - Lenguajes y Sistemas Informáticos

D. Juan Pedro Cabrera Sánchez. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D^a. Silvia Carrascosa Caballero. - Freelance

D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D. Idefonso Cortés Marvizón. - Real Federación Española de Fútbol

D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D. Carlos De Jorge Alonso. - Instituto de Marketing y Comunicación

D. Francisco Liébana Cabanillas. Universidad de Granada - Dpto. de Marketing

D. Joseba López Hervella. - Consejería de empleo. Junta de Andalucía

D. Miguel Macías Rodríguez. - CREA

D. Pablo David Martín Domínguez. - Analize

D. José B. Moreno Suárez. - Consultor SEO-SEM - Freelance

D^a. Beatriz Muñoz Pérez del Pulgar. - Terceto Comunicación

D. Carlos Ojeda Sánchez. - BizDigital

D. Jesús Ollero Pascual. EUSA - Periodismo

D. Pablo Paz Reche. - Anura Digital, S.L.

D. Francisco Rejón Guardia. Universidad de las Islas Baleares - Economía de la Empresa

D. Carlos Rite Rubio. - BizDigital

D. Rafael Romero Muela. - Astro

D. Ramón Salado Lucena. - Smart SEC

D. Manuel Jesús Sánchez Franco. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D^a. María Teresa Suárez Martín. - Opileak

D. Ángel Francisco Villarejo Ramos. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

D. Jesús Vivas Medina. - Frogged Technologies

Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. La Web Social y su Integración en el Ámbito de las Organizaciones y la Comunicación Corporativa

Número de créditos: 8,00 ECTS

Contenido: ■ Economía digital y desarrollo de negocios I. ■ Identidad digital y reputación on-line. ■ Competencias digitales básicas I, II y III. ■ Procesos BPM, business intelligent y big data aplicados a la gestión de redes sociales. ■ Planificación estratégica, selección de clientes y programas de blend marketing.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 2. El Community Manager y la Gestión de Comunidades Sociales

Número de créditos: 2,00 ECTS

Contenido: ■ Perfil profesional y competencias emocionales del CM. ■ Gestión de comunidades, moderación y crisis. ■ Redacción de contenidos 2.0. ■ Herramientas y creatividad 2.0.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 3. El Papel de los Medios Digitales en las Estrategias de Marketing

Número de créditos: 12,00 ECTS

Contenido: ■ Fundamentos de marketing aplicado a los medios sociales. ■ Relaciones comerciales con el cliente online. ■ Diseño e implantación de un plan de marketing online. ■ Del marketing relacional a la integración de las TIC. Marketing 2.0. ■ Posicionamiento y Marcas 2.0. Aplicaciones de marketing online. ■ Social commerce. ■ Comunicación y Publicidad online. ■ Planificación de medios digitales. ■ Marketing de afiliación y Remarketing. ■ Mobile marketing. ■ E-mail marketing.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 4. E- Commerce y Social Commerce

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: ■ E-commerce y social commerce. ■ Diseño de un proyecto de e-commerce. ■ Métricas y modelos de pago. ■ Páginas de producto y de check-out. ■ Creación de catálogo y proceso de compra online. ■ Procesos de conversión.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 5. Analítica Web

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: ■ Introducción a la analítica web: objetivos, cambios y personas. ■ Eco-sistema de herramientas: clickstream, testing y optimización, voice of consumer, inteligencia competitiva. ■ Introducción a Google Analytics. ■ Social Media y analítica web. ■ Cómo sacarle todo el partido a los datos (metodología): cuadros de mando, reporting e informes. ■ Google Tag Manager. ■ Investigación online.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 6. SEM y SEO. Posicionamiento Web

Número de créditos: 8,00 ECTS

Contenido: ■ Introducción al SEM: Qué es SEO y qué es PPC. ■ Estrategia y Gestión de campañas de PPC. ■ Posicionamiento de contenidos web. ■ Posicionamiento para el e-commerce.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 7. Consultoría en Social Media Marketing

Número de créditos: 6,00 ECTS

Contenido: ■ Consultoría en Social Media. ■ Usabilidad web y Experiencia del usuario online. ■ Social CRM. ■ Análisis de Redes Sociales (ARS). ■ Fundamentos técnicos y optimización. ■ Contenido y palabras clave. ■ Auditoría web y medición de resultados. ■ Modelos de negocio en e-commerce. ■ Business plan e-commerce.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 8. Programación Web y Diseño en Wordpress

Número de créditos: 8,00 ECTS

Contenido: ■ Fundamentos para el proyecto web. ■ Programación web html. ■ Hojas de estilo CSS. ■ Instalación y configuración de WordPress. ■ Diseño en Wordpress. ■ Administración, optimización y gestión de plugins.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 9. Fundamentos de Mejora y Gestión de la Calidad

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: ■ Mejora de productos y servicios. ■ Gestión de la calidad y el modelo EFQM adaptado al proyecto on-line. ■ Gestión de equipos de trabajo.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes, miércoles y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 10. Legal 2.0 y Seguridad en la Red

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: ■ Marco legal para el Social Media Marketing. ■ Seguridad en sistemas informáticos.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 01/07/2022

Horario: Martes y jueves, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 11. Prácticas en Empresa/Institución

Número de créditos: 8,00 ECTS

Contenido: ■ Actividades para el diseño y la ejecución de la estrategia de social media marketing en la empresa. ■ Realización de prácticas en empresas con convenio de colaboración vigente.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 30/09/2022

Horario: Lunes, martes, miércoles, jueves y viernes, en horario de mañana.

Módulo/Asignatura 12. Trabajo Fin de Máster

Número de créditos: 6,00 ECTS

Contenido: ■ Realización de un trabajo que recoja las principales temáticas trabajadas durante el curso. El TFM permitirá demostrar al estudiante las herramientas de planificación y estratégicas aprendidas para el desarrollo de la estrategia digital de marketing a la empresa.

Fechas de inicio-fin: 23/11/2021 - 30/09/2022