

### MARKETING Y ESTRATEGIAS EN SOCIAL MEDIA (VII EDICIÓN)

<b>Datos básicos del Curso</b>	Curso Académico	2019 - 2020
	Nombre del Curso	Marketing y Estrategias en Social Media (VII Edición)
	Tipo de Curso	Máster Propio
	Número de créditos	74,00 ECTS
<b>Dirección</b>	Unidad organizadora	Departamento de Administración de Empresas y Marketing
	Director de los estudios	D Ángel Francisco Villarejo Ramos
<b>Requisitos</b>	Requisitos específicos de admisión a los estudios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estar en posesión de un Título Oficial de Graduado o Licenciado</li> <li>- 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.</li> </ul>
	Requisitos académicos para la obtención del Título o Diploma	<p>Superar la evaluación establecida para cada módulo.</p> <p>Superar la evaluación del Trabajo Fin de Máster</p>
	Criterios de selección de alumnos	Por orden de llegada en la preinscripción
<b>Preinscripción</b>	Fecha de inicio	11/07/2019
	Fecha de fin	20/10/2019
<b>Datos de Matriculación</b>	Fecha de inicio	01/10/2019
	Fecha de fin	20/10/2019
	Precio (euros)	4.194,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	Sí
<b>Impartición</b>	Fecha de inicio	19/11/2019
	Fecha de fin	30/09/2020
	Modalidad	Semipresencial
	Idioma impartición	Español

## Ficha Informativa

Lugar de impartición	Aulario
Plataforma virtual	Plataforma Virtual US
Prácticas en empresa/institución	Sí

**Información**

Teléfono	954554463
Web	<a href="http://mastersmmus.org">http://mastersmmus.org</a>
Facebook	<a href="https://www.facebook.com/programasmmus/">https://www.facebook.com/programasmmus/</a>
Twitter	@smmus
Email	<a href="mailto:info@mastersmmus.org">info@mastersmmus.org</a>

## MARKETING Y ESTRATEGIAS EN SOCIAL MEDIA (VII EDICIÓN)

### Objetivos del Curso

- 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

### Procedimientos de Evaluación

Asistencia, Pruebas, Trabajos

### Comisión Académica

D. Ángel Francisco Villarejo Ramos. 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 Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing  
D. Manuel Jesús Sánchez Franco. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing  
D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

### Profesorado

D<sup>a</sup>. Alma María Alanís García. - Free Lance  
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<sup>a</sup>. Silvia Carrascosa Caballero. - Free lance  
D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing  
D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing  
D. Carlos De Jorge Alonso. - INSTITUTO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN  
D. Ángela Escobar Ubreva. - Servicio Andaluz de Salud. Junta de Andalucía  
D. José María Fernández Rodríguez. - Profesional independiente  
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. Xavier Marcé Vila. - La marca de Odín  
D. Pablo David Martín Domínguez. - Analize  
D. José B. Moreno Suárez. - Consultor SEO-SEM- Freelance  
D<sup>a</sup>. Beatriz Muñoz Pérez del Pulgar. - Terceto Comunicación  
D. Carlos Ojeda Sánchez. - BizDigital  
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<sup>a</sup>. María Teresa Suárez Martín. - Opileak  
D. Ángel Francisco Villarejo Ramos. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

### Módulos/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

Modalidad de impartición: Semipresencial

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: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

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

Número de créditos: 2,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

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: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, 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

Modalidad de impartición: Semipresencial

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: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

#### Módulo/Asignatura 4. E- Commerce y Social Commerce

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

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: 19/11/2019 - 01/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

#### Módulo/Asignatura 5. Analítica Web

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: - Introducción a la analítica web: objetivos, cambioy personas

- Ecosistema de herramientas: clickstream, testing y optimización, voice of consumer, inteligencia competitiva.
- Introducción a Google Analytics
- Social Media y analística 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: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

### Módulo/Asignatura 6. SEM y SEO. Posicionamiento Web

Número de créditos: 8,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

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: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

### Módulo/Asignatura 7. Consultoría en Social Media Marketing

Número de créditos: 6,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

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: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

### Módulo/Asignatura 8. Programación Web y Diseño en Wordpress

Número de créditos: 8,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

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: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

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

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

- 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: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

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

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

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

Fechas de inicio-fin: 19/11/2019 - 02/07/2020

Horario: Martes en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

### Módulo/Asignatura 11. Prácticas en Empresa/Institución

Número de créditos: 8,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

- 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: 19/11/2019 - 30/09/2020



Horario: Lunes en horario de mañana, Martes en horario de mañana, Miércoles en horario de mañana, Jueves en horario de mañana, Viernes en horario de mañana

**Módulo/Asignatura 12. Trabajo Fin de Máster**

Número de créditos: 6,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

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: 19/11/2019 - 30/09/2020

Horario: