

# Masters Profesionales

Master en Marketing y Comunicación Digital + 5 Créditos ECTS



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

# Índice

Master en Marketing y Comunicación Digital + 5 Créditos ECTS

1. Sobre Inesem
2. Master en Marketing y Comunicación Digital + 5  
Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Porqué elegir Inesem?
6. Orientacion
7. Financiación y Becas

# SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



## Master en Marketing y Comunicación Digital + 5 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
CRÉDITOS ECTS	5
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

## Titulación Masters Profesionales

Doble titulación:

- Título Propio Master Europeo en Marketing y Comunicación Digital expedido por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM). "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."
- Título Propio Universitario en Social Media Management expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS

# Resumen

Internet, y el desarrollo del canal online, ha supuesto una auténtica revolución para cualquier negocio. Los nuevos hábitos de consumo han disparado las oportunidades de venta, dando lugar a la aparición cientos de miles de eCommerce destinados a la venta de productos y servicios. Apostar por el comercio electrónico es apostar por el crecimiento del negocio. Además, la forma en que los consumidores se comunican con las marcas y las empresas se ha transformado notablemente hacia una comunicación bidireccional y personalizada, desarrollada a través de las principales plataformas sociales de la organización. Pero lograr aumentar las ventas online implicar tener una estrategia de marketing online bien definida, y ofrecer una comunicación de calidad 24/7 aprovechando la multitud de herramientas que nos ofrece el canal online. Marketing y comunicación online, esenciales para conectar con el consumidor del siglo XXI.

## A quién va dirigido

Los profesionales que poseen un título semejante a Dirección y Administración de Empresas, Marketing y Publicidad, Marketing e Investigación de Mercados, entre otros, son los principales beneficiarios del Master Marketing y Comunicación Digital. Además, si posees un título en otra área formativa y deseas introducirte en marketing digital, también podrás realizar este Master.

# Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Marketing y Comunicación Digital + 5 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Gracias al Master Marketing y Comunicación Digital, conseguirás analizar la importancia del marketing digital.
- Adquirir los conocimientos y aplicar técnicas referentes al Marketing Relacional.
- Implementar sistemas de e-CRM o Customer Relationship Management.
- Llevar a cabo una estrategia de inbound marketing en todas sus etapas: atracción, conversión, cierre y deleite.
- Definir y desarrollar la estrategia de social media.
- Gestionar la comunicación y atención al cliente a través de las redes sociales.
- Aplicar técnicas de Copywriting para mejorar el posicionamiento y aumentar las conversiones.





¿Y, después?

### Para qué te prepara

El Master Marketing y Comunicación Digital te preparará para dirigir y liderar la estrategia de marketing y comunicación de cualquier negocio en el canal online. De igual modo serás capaz de aplicar una estrategia para lograr atraer clientes potenciales y aumentar las ventas a través de Internet, al tiempo en que llevarás a cabo una mejora del posicionamiento, por medio de los sistemas e-CRM, la gestión del Social Media y el Inbound Marketing.

### Salidas Laborales

Tras la correcta finalización del Master Marketing y Comunicación Digital, los estudiantes podrán desarrollar su actividad, realizando las funciones propias de un Director de Marketing y Comunicación Digital. Asimismo, conseguirán ocupar otros puestos como Director Creativo, Asesor y Consultor Comercial, Analista Comercial, Director de Publicidad, Experto en Marketing Digital.

# ¿Por qué elegir INESEM?



# PROGRAMA ACADÉMICO

Master en Marketing y Comunicación Digital + 5 Créditos ECTS

Módulo 1. **Introducción al marketing online**

Módulo 2. **Componentes del marketing digital**

Módulo 3. **Marketing relacional**

Módulo 4. **Customer relationship management**

Módulo 5. **Estrategia de inbound marketing**

Módulo 6. **Social media management**

Módulo 7. **Atención al cliente en social media**

Módulo 8. **Aplicación del copywriting**

Módulo 9. **Proyecto fin de máster**

### Módulo 1. Introducción al marketing online

#### Unidad didáctica 1. Conceptualización del marketing digital

---

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

#### Unidad didáctica 2. Formas del marketing en internet

---

1. Las 4F's del Marketing Online
2. Formas del Marketing Online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

#### Unidad didáctica 3. Investigación comercial en marketing digital

---

1. Marketing digital vs Marketing tradicional
2. Investigación comercial en marketing digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Marketing estratégico en Internet



# Módulo 2.

## Componentes del marketing digital

### Unidad didáctica 1.

#### Empresas digitales y marketing mix

---

1. Marketing Mix: dimensiones y variables
2. Producto
3. Precio
4. Distribución
5. Comunicación

### Unidad didáctica 2.

#### Comportamiento de los consumidores y usuarios de internet

---

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. Los estímulos de marketing en los consumidores e internautas
3. Elaboración de estrategias adaptadas al comportamiento del internauta
4. Variables que inciden en el comportamiento del internauta

### Unidad didáctica 3.

#### Branding y posicionamiento en internet

---

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y Nuevas tendencias

### Unidad didáctica 4.

#### El plan de marketing digital

---

1. El plan de marketing digital: Mapa de rutas
2. Análisis de la competencia: estrategias empresariales
3. Análisis de la demanda: Monitoricemos gustos, preferencias, usos y costumbres
4. Análisis DAFO
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento y definición de objetivos
7. La Imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

# Módulo 3.

## Marketing relacional

### Unidad didáctica 1.

#### Conceptualización del marketing relacional

---

1. Marketing transaccional vs Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

### Unidad didáctica 2.

#### La fidelización del cliente como base del marketing relacional

---

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

### Unidad didáctica 3.

#### Fidelización de clientes online

---

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

### Unidad didáctica 4.

#### Herramientas de análisis en los programas de fidelización

---

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

### Unidad didáctica 5.

#### La segmentación de clientes como principal herramienta para conocer al cliente

---

1. Segmentación tradicional vs Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

### Unidad didáctica 6.

#### Métricas en marketing relacional

---

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

## Unidad didáctica 7. Generación de leads

---

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

## Módulo 4. Customer relationship management

### Unidad didáctica 1. El papel del crm en la empresa

---

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
4. Estructura de la organización del CRM

### Unidad didáctica 2. La estrategia crm

---

1. Definición de estrategia CRM
2. Las fuerzas del cambio
3. Orientación al cliente
4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
5. Elementos de un programa CRM
6. Medición y análisis de resultados

### Unidad didáctica 3. El ecrm

---

1. eCRM como expansión de la estrategia CRM
2. Social CRM
3. Componentes del eCRM
4. Implantación del eCRM

### Unidad didáctica 4. Del crm al cem

---

1. Customer Relationship Management vs Customer Experience Management
2. La experiencia vista desde la parte interna de la empresa
3. La innovación en el CEM
4. Procesos colaborativos: Crossuser & Crowdsourcing
5. Impacto del CEM en la estrategia empresarial

## Unidad didáctica 5.

### Beneficios de una estrategia crm en la empresa

---

1. Lealtad y fidelidad de los clientes
2. Reducción del coste por cliente nuevo
3. Cross Selling (venta cruzada)
4. Up Selling (ventas añadidas)
5. Mayor eficiencia y productividad comercial
6. Reducción de costes en comunicación
7. No existen duplicidades (en procesos y datos)
8. Conocimiento del mercado y de nuestro target

## Unidad didáctica 6.

### Beneficios de una estrategia crm para el cliente

---

1. La empresa conoce las necesidades del cliente
2. Aumento en la satisfacción del cliente
3. Trato personalizado con el cliente
4. Cliente único en la base de datos
5. Mejora del servicio prestado al cliente

## Unidad didáctica 7.

### Áreas principales del crm

---

1. Servicio al cliente
2. La estructura del Call Center
3. Tipos de Call Center
4. La función del CRM para el Call Center
5. El sistema de automatización de ventas

# Módulo 5.

## Estrategia de inbound marketing

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción al inbound marketing

---

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

### Unidad didáctica 2.

#### Fase de atracción

---

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Los blogs Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Social Media

### Unidad didáctica 3.

#### Fase de conversión

---

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

### Unidad didáctica 4.

#### Fase de cierre

---

1. Marketing Relacional
2. Gestión de relaciones con los clientes CRM
3. Email marketing

### Unidad didáctica 5.

#### Fase de deleite

---

1. Encuestas
2. Contenido inteligente
3. Monitorización Social

# Módulo 6.

## Social media management

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción y contextualización del social media

---

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

### Unidad didáctica 2.

#### Gestión de facebook

---

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

### Unidad didáctica 3.

#### Gestión de instagram

---

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

### Unidad didáctica 4.

#### Gestión de twitter

---

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

### Unidad didáctica 5.

#### Gestión de linkedin

---

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

### Unidad didáctica 6.

#### Gestión de youtube

---

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

## Unidad didáctica 7.

### Publicidad social media- facebook ads

---

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Power Editor
10. Pixel de Facebook

## Unidad didáctica 8.

### Publicidad social media- instagram ads

---

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

## Unidad didáctica 9.

### Publicidad social media- twitter ads

---

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. Twitter Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

## Unidad didáctica 10.

### Publicidad social media- linkedin ads

---

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

## Unidad didáctica 11.

### Publicidad social media- publicidad en youtube

---

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

# Módulo 7.

## Atención al cliente en social media

### Unidad didáctica 1.

#### Social crm

---

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

### Unidad didáctica 2.

#### Atención al cliente en facebook

---

1. Introducción
2. Escucha activa
3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
4. Información de la Fanpage
5. Gestión de Comentarios
6. Reseñas o valoraciones

### Unidad didáctica 3.

#### Atención al cliente en twitter

---

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización
7. Gestión de comentarios
8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

### Unidad didáctica 4.

#### Atención al cliente en instagram

---

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Instagram Direct
4. Gestión de comentarios
5. Herramientas de Análisis y monitorización

### Unidad didáctica 5.

#### Gestión de la atención al cliente en social media

---

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Medición de la gestión de atención al cliente
9. Gestión, seguimiento y fidelización

# Módulo 8.

## Aplicación del copywriting

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción al copywriting

---

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

### Unidad didáctica 2.

#### Copywriting para e-commerce

---

1. Introducción
2. La Homepage
3. Los menús
4. Fichas de producto
5. Descripción de los servicios
6. Página ¿quiénes somos?
7. Página de contacto
8. Página preguntas frecuentes
9. Carrito de la compra, checkout y agradecimiento
10. Envío de emails

### Unidad didáctica 3.

#### Copywriting para personal branding

---

1. Introducción
2. Definir tu marca y el estilo
3. Identificar y definir tu público objetivo o audiencia
4. Creación de lista de contactos
5. Página personal corporativa
6. Blog personal
7. Uso de las redes sociales
8. Plan de Comunicación



# Módulo 9.

## Proyecto fin de máster

# metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

## Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

## Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

## Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

## Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

## Comunidad

Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.



Revista Digital

Secretaría

5

5 pilares del método

Campus Virtual

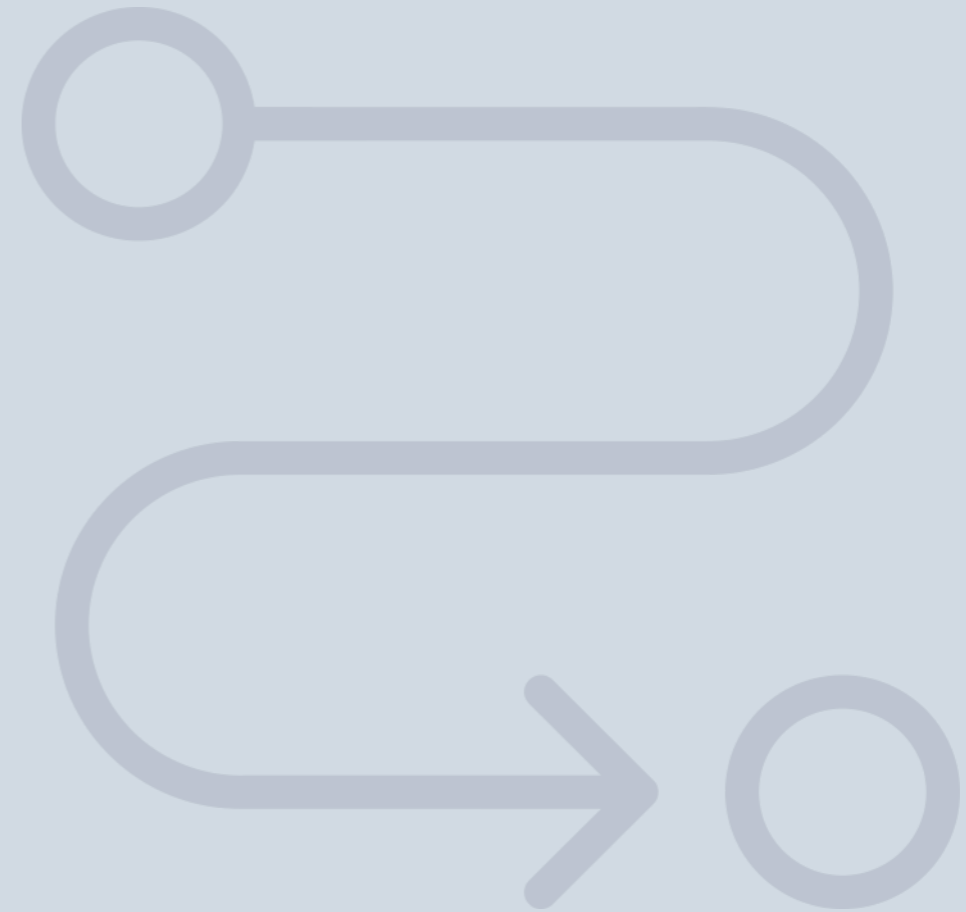
Comunidad

Webinars



## SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



# Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello  
**100%**  
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



**20%**

**Beca desempleo**

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

**15%**

**Beca emprende**

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

**10%**

**Beca alumnos**

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

# Masters Profesionales

Master en Marketing y Comunicación Digital + 5  
Créditos ECTS

*Impulsamos tu carrera profesional*



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

[www.inesem.es](http://www.inesem.es)



958 05 02 05 [formacion@inesem.es](mailto:formacion@inesem.es)

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.  
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.