



MASTER  
MARKETING  
DIGITAL 2.0

GADE  
BUSINESS SCHOOL





EN CUALQUIER ENTORNO LABORAL  
**FORMAMOS PROFESIONALES QUE PUEDAN  
APORTAR SOLUCIONES A LA TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL DE LAS EMPRESAS**

**Desde que a inicios de los años 90 el Marketing comenzase su andadura en Internet el sector no ha dejado de evolucionar a medida que lo hacía Internet.**

Las páginas web pasaron de ser meros expositores de productos en la web a sofisticadas páginas donde el usuario-cliente puede efectuar una gran cantidad de acciones que le permiten elegir aquel producto que más se adecúe a sus necesidades, así como realizar compras y pagos sin salir de la propia página web.

Además la aparición de las Redes Sociales, los blogs, la publicidad en buscadores, etc. hacen que la necesidad de especialistas y expertos en Marketing online sean cada vez más demandados por empresas. Si hay un sector en expansión y con garantías laborales es sin duda el universo pro-

pio de internet y, concretamente, el Marketing Digital, un sector que incrementa más del 25% la demanda de empleo cada año.

Es fundamental conocer las nuevas herramientas de análisis y gestión de la comunidad online, los métodos de posicionamiento web, la publicidad y las redes sociales para tener unas garantías de profesionalidad y éxito laboral.

Este Máster le ofrece una formación especializada en la materia. Vas aprender de forma cómoda, rápida y sencilla todo lo relacionado con el Marketing Digital.

## CAPTAR NUEVO TALENTO PARA MEJORAR LA EMPRESA

Es preciso conocer que valores y competencias deben poseer las personas a las que se ha encomendado la consecución de resultados en cada empresa.



### Cuales son los **BENEFICIOS**

Iniciar o ampliar los conocimientos para la gestión de un negocio hacia Internet desarrollando las estrategias de marketing online adecuadas para optimizar los resultados.

Aprender a gestionar todo tipo de campañas

Conocer las claves a la hora de diseñar, implementar y mejorar campañas en los diferentes medios online.

Comprender y usar el marketing digital como herramienta independientemente, si es para una marca, una agencia de marketing digital o para tu propio negocio

Conocimiento básico para modelar un plan de marketing online, aprender a configurar una analítica web en una página y saber donde mirar, definir una estrategia SEO y SEM o para las redes sociales

...Y UN LARGO ETCETERA



### Quienes son los **DESTINATARIOS**

El Master de **MARKETING DIGITAL 2.0** está especialmente orientado a todas aquellas personas que deseen formarse en el campo del marketing digital con conocimientos previos o no, pero que buscan iniciarse o mejorar de una forma sólida y práctica desde la base de esta disciplina para su uso a nivel personal o profesional.

Cualquier persona sin experiencia que quiere iniciarse en el campo del Marketing Digital o profesionales que necesitan ampliar o mejorar conocimientos.



### Salidas **PROFESIONALES**

**Agencias de Publicidad Online  
Community Manager, Agencias de  
Marketing y Comunicación.**



Módulo

**1**

**MARKETING Y SUS ELEMENTOS BÁSICOS**

1. Generalidades
2. Conceptos
3. Elementos básicos asociados al marketing
4. Enfoque filosófico de las necesidades humanas y el marketing
5. La demanda
6. Productos, bienes, servicios e ideas
7. SATISFACER NECESIDAD: Bienes y servicios
8. TRIADA DE VALOR DEL CLIENTE: Valor, Satisfacción y Calidad
9. MARKETING DE RELACIONES: Intercambio, Transacciones y Relaciones
10. MERCADOTECNIA: El mercado dentro de la óptica del Marketing

Módulo

**2**

**MODALIDADES DEL MARKETING**

1. Generalidades
2. MARKETING INDUSTRIAL
3. El comprador industrial
4. MARKETING DE REDES
5. MARKETING DE SERVICIOS
6. MOBILE MARKETING
7. MARKETING VIRAL
8. MARKETING DE GUERRILLAS
9. MARKETING RELACIONAL
10. Marketing no empresarial
11. Marketing de instituciones no lucrativas
12. Marketing público
13. Marketing social
14. Marketing político
15. Transición del MARKETING 2.0 al E-MAIL MARKETING 3.0
16. El Neuromarketing

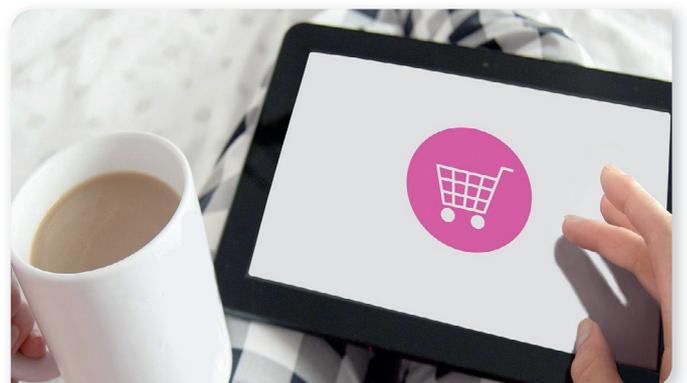


Módulo  
**3** **IMPLICACIONES ÉTICAS  
DEL MARKETING**

1. Generalidades
2. RESPONSABILIDAD SOCIAL (RS) e implicaciones en el marketing digital
3. La protección de datos (GDPR/RGPD)

Módulo  
**4** **COMERCIO ELECTRÓNICO -  
E-COMMERCE**

1. Generalidades
2. Antecedentes
3. Perspectivas, concepto y características del Marketing digital
4. Ventajas y desventajas del Marketing Digital
5. Principio de intencionalidad
6. Primacía de la autonomía de la voluntad (CHOICE OF LAW)
7. Principio de EQUIVALENCIA FUNCIONAL
8. El documento en el contexto digital
9. Principio de la NEUTRALIDAD TECNOLÓGICA
10. Principio de PROTECCION DE DATOS de carácter personal (GDPR/RGPD)
11. Principio de la NEUTRALIDAD EN LA RED



Módulo

**5**

**ESTRATEGIAS DEL MARKETING DIGITAL**

1. Generalidades
2. Marketing digital o BUZZ MARKETING
3. EMAIL MARKETING o e-mailing
4. Implicaciones jurídicas del SPAM
5. COOKIES PUBLICITARIAS
6. Clasificación
7. LAS REDES DE AFILIADOS (MARKETING DE AFILIACIÓN)
8. MARKETING EN BUSCADORES-Posicionamiento web
9. E- PRODUCT MARKETING. Configuradores y verificadores electrónicos
10. Segmentación de mercados
11. Personalización en el marketing digital
12. La FIDELIZACIÓN
13. Personalizar para fidelizar
14. SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)
15. LAS REDES SOCIALES (RRSS)
16. Tipología de las RRSS
17. COMUNIDADES ONLINE
18. BLOGS CORPORATIVOS
19. MICROBLOGS
20. WIDGESTS
21. MINISITES promocionales
22. MOBILE APPS
23. Cupones electrónicos, E-COUPONS y M-COUPONS
24. Determinación de perfiles por navegación
25. E-encuestas
26. Temporización digital de precios



Módulo

**6**

**PUBLICIDAD EN INTERNET**

1. Generalidades
2. La PUBLICIDAD ILICITA y Marketing interactivo
3. Publicidad comparativa
4. Publicidad desleal
5. Publicidad subliminal
6. Publicidad comportamental
7. Contratos publicitarios
8. El contrato de publicidad

**Manual Master de Marketing Digital**



Módulo

**7**

**NEUROMARKETING**

1. Todo el mundo miente
2. Documentar el NEUROMARKETING
3. Qué es el NEUROMARKETING
4. Sabemos que no sabemos lo que hacemos
5. Cerebro creativo, cerebro racional
6. Herramientas del NEUROMARKETING I
7. Herramientas del NEUROMARKETING II
8. CONSUMIDOR ONLINE
9. NEUROMARKETING para la web
10. NEUROMARKETING hostelería
11. El Experimento del Golf GTI
12. NEUROMARKETING comercio
13. Como vender un producto cuando sabes que es el único que lo tiene
14. Devolviendo el maltrato.

**Manual Neuromarketing**

**Test Final Curso Neuromarketing**



Módulo

**8**

**REDES SOCIALES (RRSS)-  
COMMUNITY MANAGER**

**ÁREA 1. ) CONCEPTOS BÁSICOS RRSS**

1. Introducción a las RRSS
2. Gmail
3. BLOGGER I
4. BLOGGER II
5. BLOGGER III
6. BLOGSPOT I
7. BLOGSPOT II
8. BLOGSPOT III
9. BLOGS
10. TWITTER I
11. TWITTER II
12. TWITTER III
13. TWITTER IV
14. TWITTER V
15. WhatsApp y SKYPE
16. YOUTUBE I
17. YOUTUBE II
18. Otras RRSS I
19. Otras RRSS II
20. FACEBOOK I
21. FACEBOOK II
22. FACEBOOK III
23. FACEBOOK IV
24. FACEBOOK V
25. FACEBOOK VI
26. FACEBOOK VII
27. FACEBOOK VIII
28. FACEBOOK IX
29. INSTAGRAM I
30. INSTAGRAM II
31. INSTAGRAM III
32. INSTAGRAM PARA EMPRESAS

**Test Redes Sociales (RRSS)**



## ÁREA 2. ) COMMUNITY MANAGER

### 1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. COMMUNITY MANAGER I
- 1.2. COMMUNITY MANAGER II
- 1.3. Vocabulario
- 1.4. INICIACIÓN AL COMMUNITY MANAGER

#### Test de introducción

### 2. WHATSAPP

- 2.1. WHATSAPP
- 2.2. Whatsapp y TELEGRAM
- 2.3. KLM y Whatsapp

#### Ejercicio de Whatsapp

### 3. FACEBOOK (FB)

- 3.1. FACEBOOK
- 3.2. FAN PAGE I
- 3.3. FAN PAGE II
- 3.4. GRUPO DE FACEBOOK
- 3.5. Cómo crear un grupo de FACEBOOK
- 3.6. FACEBOOK ADS I
- 3.7. FACEBOOK ADS II
- 3.8. FACEBOOK ADS III
- 3.9. FACEBOOK ADSS IV
- 3.10. COPYWRITING FACEBOOK I
- 3.11. COPYWRITING FACEBOOK II
- 3.12. COPYWRITING FACEBOOK III
- 3.13. COPYWRITING FACEBOOK IV
- 3.14. OBJETIVOS FACEBOOK I



- 3.15. OBJETIVOS FACEBOOK II
- 3.16. OBJETIVOS FACEBOOK III

### 4. INSTAGRAM

- 4.1. INSTAGRAM
- 4.2. Perfil INSTAGRAM PARA EMPRESAS
- 4.3. CREAR ANUNCIOS INSTAGRAM I
- 4.4. CREAR ANUNCIOS INSTAGRAM II
- 4.5. INSTAGRAM STORIES I
- 4.6. INSTAGRAM STORIES II
- 4.7. INSTAGRAM LOCATIONS STORIES
- 4.8. INSTAGRAM EMPRESAS

#### Ejercicio práctico

### 5. TWITTER

- 5.1. TWITTER EMPRESAS
- 5.2. Perfil TWITTER

#### Test Twitter

#### Lectura Twitter empresas

#### Lectura Twitter Ads

**6. LINKEDIN**

**6.1. LINKEDIN**

**Lectura LinkedIn empresas**

**Test LinkedIn**

**7. LA REPUTACIÓN ONLINE**

**7.1.** Opiniones y valoraciones

**7.2.** Los FOROS

**7.3.** Páginas de comentarios

**7.4.** Respuesta a comentarios

**7.5.** Acciones sobre las opiniones

**7.6.** El mejor COMMUNITY MANAGER

**8. HERRAMIENTAS**

**8.1.** HOOTSUITE I

**8.2.** HOOTSUITE II

**8.3.** Otras herramientas I

**8.4.** Otras herramientas II

**8.5.** PLAN SOCIAL MEDIA (PSM)

**Plantilla Plan Social Media**

**9. OTRAS REDES SOCIALES (RRSS)**

**9.1.** Otras RRSS

**9.2.** PINTEREST

**9.3.** YOUTUBE

**9.4.** GOOGLE MY BUSINESS

**Lectura Google My Business**

**Examen Final Community Manager**

**Manual Community Manager**

Módulo

**9**

**POSICIONAMIENTO WEB**

1. POSICIONAMIENTO SIN PAGO / CON PAGO
2. ¿Por qué algunas webs siempre salen las primeras?
3. DOMINIOS (DNS)
4. DNS-SERVIDORES- HOSTING
5. PLANIFICACIÓN WEB I
6. PLANIFICACIÓN WEB II
7. PLANIFICACIÓN WEB III
8. ESTADÍSTICAS SEO I
9. ESTADÍSTICAS SEO II
10. INTERLINKING. Enlaces Internos I
11. LINK BUILDING. Enlaces externos I
12. LINK BUILDING. Enlaces externos II
13. LINK BUILDING. Enlaces externos III
14. Resumen
15. Enlaces en YouTube



16. Página en FACEBOOK I
17. Página en FACEBOOK II
18. Posicionamiento desde BLOG
19. WORDPRESS I
20. WORDPRESS II
21. WORDPRESS III
22. WORDPRESS IV
23. Herramientas para WEBMASTERS I
24. SITEMAPS
25. Herramientas para WEBMASTERS II
26. Promoción de pago. GOOGLE ADS
27. Resumen final

#### Ejercicio Práctico

#### Examen Posicionamiento

#### Módulo

# 10

## GOOGLE ANALYTICS (GA)

1. Introducción
2. Cuenta en GOOGLE
3. GOOGLE ADS
4. COOKIES
5. Código de seguimiento-TRACKING CODE
6. ENTORNO GOOGLE ANALYTICS I
7. ENTORNO GOOGLE ANALYTICS II
8. Cuentas
9. Propiedades
10. Vistas



11. FILTROS GOOGLE ANALYTICS I
12. FILTROS GOOGLE ANALYTICS II
13. FILTROS GOOGLE ANALYTICS III
14. Expresiones regulares- REGEX PARA GOOGLE
15. ANÁLISIS DE DATOS: MÉTRICAS
16. Paneles
17. INTELLIGENCE
18. INFORME EN TIEMPO REAL
19. INFORME DE AUDIENCIA I
20. INFORME DE INTERESES
21. INFORMES DEMOGRÁFICOS- Información geográfica
22. INFORME DE AUDIENCIA II
23. GOOGLE ADS
24. INFORMES PERSONALIZADOS
25. FLUJOS USUARIO
26. FLUJOS COMPORTAMIENTO
27. Análisis de página Manual GOOGLE ANALYTICS (GA)

#### Manual de Google Analytics

#### Test final Google Analytics

Módulo

**11**

**SEO AVANZADO**

0. Guía didáctica
1. Certificado SSL
2. Primeros pasos SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)
3. SEO: Operaciones iniciales
4. SEO CON PLUGIN JECKPACK WORDPRESS
5. PLUGIN Yoast SEO
6. PAGE RANK (PR) y contenidos
7. CONTENIDOS. OPTIMIZACIÓN I
8. CONTENIDOS. OPTIMIZACIÓN II
9. LEGIBILIDAD y SEO
10. Estrategia SEO BRAND BUILDING
11. Estrategia SEO AUDITORIA
12. Estrategia SEO ON PAGE I
13. Estrategia SEO ON PAGE II
14. Estrategia SEO LONG TAIL
15. Estrategia SEO: COMPETENCIA
16. Estrategia SEO: ENLACES
17. GOOGLE ANALYTICS (GA)
18. SEO Página principal I
19. SEO Página principal II
20. SEO Pagina de contenidos I
21. SEO Pagina de contenidos II

**Manual SEO Avanzado**

**Test final SEO Avanzado**



Módulo

**12**

**HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL**

**Marketing de contenidos**

**Tips de Marketing Digital Avanzado**

1. Inicio POWERPOINT
2. Gráficos
3. Formas
4. Imágenes y vídeos
5. Animaciones
6. Presentación
7. Presentación eficaz
8. Video para RRSS

**Manual y ejercicios de Powerpoint**

**Examen final de Powerpoint**

9. POWERPOINT y CAMTASIA

**Ejercicio de Powerpoint**

10. PREZZI
11. Plantillas de PREZZI
12. PREZZI ESFERAS
13. PREZZI EDICIÓN

**14. PREZZI GRÁFICOS**

**Lectura Manual Prezzi**

**Test Prezzi**



- 15.** POWTOON
- 16.** POWTOON. Crear diapositivas
- 17.** POWTOON. PRESENTACIÓN I
- 18.** POWTOON. PRESENTACIÓN II
- 19.** POWTOON. PRESENTACIÓN III
- 20.** GOOGLE. PRESENTACIÓN I
- 21.** GOOGLE. PRESENTACIÓN II
- 22.** GOOGLE. PRESENTACIÓN III
- 23.** Banco de imágenes
- 24.** El guión
- 25.** EL STORYBOARD

**Lectura. Como crear  
un guion gráfico**

**26. INFOGRAFÍAS**

**Creación de Infografías**

**Plantillas de Infografías**

**Manual Avanzado Powerpoint**

**Manual de Marketing Digital 2.0**

**Test Autoevaluación Final**