

**MARKETING Y ESTRATEGIAS EN SOCIAL MEDIA (II EDICIÓN)**

<b>Datos básicos del Curso</b>	Curso Académico	2014 - 2015
	Nombre del Curso	Marketing y Estrategias en Social Media (II Edición)
	Tipo de Curso	Máster Propio
	Número de créditos	74,00 ECTS
<b>Dirección</b>	Unidad organizadora	Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (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 Master</p>
<b>Preinscripción</b>	Fecha de inicio	01/07/2014
	Fecha de fin	14/11/2014
<b>Datos de Matriculación</b>	Fecha de inicio	01/10/2014
	Fecha de fin	20/10/2014
	Precio (euros)	4.191,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	Sí
<b>Ampliación de Matricula</b>	Fecha de inicio Ampliación	11/11/2014
	Fecha de fin Ampliación	14/11/2014
<b>Impartición</b>	Fecha de inicio	20/11/2014
	Fecha de fin	30/09/2015
	Modalidad	Semipresencial
	Idioma impartición	Español



## Ficha Informativa

Lugar de impartición	Centro de Formación Pemanente
Plataforma virtual	Plataforma Virtual US
Prácticas en empresa/institución	Sí

### Información

Teléfono	954554463
Web	<a href="http://www.smmus.es">www.smmus.es</a>
Facebook	
Twitter	
Email	<a href="mailto:info@smmus.es">info@smmus.es</a>



## MARKETING Y ESTRATEGIAS EN SOCIAL MEDIA (II 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 Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Carlos Ojeda Sánchez. Institución no universitaria - Walnuters
- D. Evaristo Nogales Castilla. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Manuel Jesús Sánchez Franco. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

### Profesorado

- D. Daniel Alcántara Aguilar. - Goes Abogados
- D. Alfonso Alcántara Gómez. - Consejería de empleo
- D. David Benavides Cuevas. Universidad de Sevilla - Lenguajes y Sistemas Informáticos
- D. Rafael Benítez Moreno. - Socialmas
- D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D<sup>a</sup>. Sonia Contero Pérez. - Walnuters, S.L.
- D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Miguel Del Fresno García. Universidad Nacional de Educación a Distancia- Departamento de Trabajo Social
- D. Francisco Raúl Dorado Garrido. - Segunda Planta Comunicación
- D. Ángela Escobar Ubreva. - Servicio Andaluz de Salud. Junta de Andalucía
- D. Francisco de Asís Gil Jiménez. - Synergia Soluciones
- D. Antonio Manuel Gutiérrez Fernández. Universidad de Sevilla - Lenguajes y Sistemas Informáticos
- D. Francisco Liébana Cabanillas. Universidad de Granada- Dpto. de Marketing
- D<sup>a</sup>. Ana María López Fernández. - CEADE
- D. Joseba López Hervella. - Consejería de empleo
- D. Xavier Marcé Vila. - The Grupo
- D. José B. Moreno Suárez. - Weblogs SL
- D<sup>a</sup>. Miriam Muñoz Expósito. - Profesional autónomo
- D. Evaristo Nogales Castilla. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Carlos Ojeda Sánchez. - Walnuters
- D. Pablo Paz Reche. - Tartesys SL
- D. Francisco Rejón Guardia. Universidad de Granada- Comercialización e investigación de mercados
- D. Carlos Rite Rubio. - Walnuters
- D. Ramón Salado Lucena. - ISERSYS
- D. Manuel Jesús Sánchez Franco. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. Rafael Vargas Sánchez. - SELECTOMER TIC

D. Ángel Francisco Villarejo Ramos. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (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 y II  
- Identidad digital y reputación on-line  
- Competencias digitales básicas I,II y III

Fechas de inicio-fin: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, 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: - El papel del CM en la empresa  
- Perfil profesional y competencias emocionales  
- Gestión de comunidades, moderación y crisis

Fechas de inicio-fin: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, 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  
- Del marketing relacional a la integración de las TIC. Marketing 2.0  
- Diseño e implantación de un plan de marketing online  
- Posicionamiento y Marcas 2.0. Aplicaciones de marketing online  
- Diseño y uso de los sitios web en marketing  
- Social commerce  
- Comunicación y Publicidad online  
- Planificación de medios digitales  
- Mobile Marketing  
- e-mail marketing

Fechas de inicio-fin: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, 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 I y II

Fechas de inicio-fin: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, Jueves  
En horario de tarde

#### Módulo/Asignatura 5. Analítica Web

Número de créditos: 5,00 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.

Fechas de inicio-fin: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, Jueves  
En horario de tarde

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

Número de créditos: 5,00 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: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, Jueves  
En horario de tarde

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

Número de créditos: 8,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: - Consultoría en Social Media

- Usabilidad web
- Experiencia del usuario online
- Análisis de Redes Sociales (ARS)

Fechas de inicio-fin: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, 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
- Admistración, optimización y gestión de plugins

Fechas de inicio-fin: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, 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: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, Miércoles, 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: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Martes, 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: 20/11/2014 - 18/06/2015

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, 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 individual recogiendo temas relativos a la materia impartida en los módulos que conforman el presente Máster.

Fechas de inicio-fin: 21/11/2014 - 18/06/2015

Horario: