MARKETING Y ESTRATEGIAS EN SOCIAL MEDIA (III EDICIÓN)

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2015 - 2016
	Nombre del Curso	Marketing y Estrategias en Social Media (III Edición)
	Tipo de Curso	Máster Propio
	Número de créditos	74,00 ECTS
Dirección	Unidad organizadora	Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
	Director de los estudios	D Ángel Francisco Villarejo Ramos
Requisitos	Requisitos específicos de admisión a los estudios	- Estar en posesión de un Título Oficial de Graduado o Licenciado - Para los alumnos/as que hayan cursado y obtenido el Titulo 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.
	Requisitos académicos para la obtención del Título o Diploma	Superar la evaluación establecida para cada módulo. Superar la evaluación del Trabajo Fin de Master
	Criterios de selección de alumnos	
Preinscripción	Fecha de inicio	01/07/2015
	Fecha de fin	20/10/2015
Datos de Matriculación	Fecha de inicio	01/10/2015
	Fecha de fin	20/10/2015
	Precio (euros)	4.191,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	Sí
Impartición	Fecha de inicio	19/11/2015
	Fecha de fin	30/09/2016
	Modalidad	Semipresencial

Idioma impartición	Español
Lugar de impartición	Facultad de Comunicación
Plataforma virtual	Plataforma Virtual US
Prácticas en empresa/institución	Sí

Información

Teléfono	954554463
Web	mastersmmus.org
Facebook	
Twitter	
Email	info@mastersmmus.org

MARKETING Y ESTRATEGIAS EN SOCIAL MEDIA (III 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. Diseño de un plan de marketing online.

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 - BizDigital

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. 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)

Dª. Laybet Colmenares Zamora. - Freelance

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 Educaciión 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

Dª. Miriam Flores Hermoso. - Hablamos de estilo

D. Francisco de Asís Gil Jiménez. - Synergia Soluciones

D. Juan José González Herrero. - Noxium

D. Antonio Manuel Gutiérrez Fernández. Universidad de Sevilla - Lenguajes y Sistemas Informáticos

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

Dª. Ana María López Fernández. - CEADE

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

D. Miguel Macías Rodríguez. - CREA

D. Xavier Marcé Vila. - The Grupo

D. José B. Moreno Suárez. - Weblogs SL

Dª. Miriam Muñoz Expósito. - Profesional autónomo

D. Carlos Ojeda Sánchez. - BizDigital

D. Pablo Paz Reche. - Tartesys SL

Dª. Myriam Pérez Avilés. - Freelance

D. Rafael Pérez-Ventana García. - Tribeca

D. Francisco Rejón Guardia. Universidad de Granada- Comercialización e investigación de mercados

D. Carlos Rite Rubio. - BizDigital

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
- 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

Fechas de inicio-fin: 19/11/2015 - 16/06/2016

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: - Perfil profesional y competencias emocionales del CM
- Gestión de comunidades, moderación y crisis
- Redacción de contenidos 2.0

Fechas de inicio-fin: 19/11/2015 - 16/06/2016

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
- 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: 19/11/2015 - 16/06/2016

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: 19/11/2015 - 16/06/2016

Horario: Martes, Miércoles, 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.

Fechas de inicio-fin: 19/11/2015 - 16/06/2016

Horario: Martes, Miércoles, 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: 19/11/2015 - 16/06/2016

Horario: Martes, Miércoles, Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 7. Consultoría en Social Media Marketing

Número de créditos: 6,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: - Consultoria en Social Media
- Usabilidad web y Experiencia del usuario online
- Social CRM
- Análisis de Redes Sociales (ARS)

Fechas de inicio-fin: 19/11/2015 - 16/06/2016

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
- Adminsitración, optimización y gestión de plugins

Fechas de inicio-fin: 19/11/2015 - 16/06/2016

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: 19/11/2015 - 16/06/2016

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: 19/11/2015 - 16/06/2016

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: 19/11/2015 - 16/06/2016

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 grupal (3 alumnos/as) que realizarán un plan de marketing online para una empresa u organización real.

Fechas de inicio-fin: 19/11/2015 - 30/09/2016

Horario: