

# Masters Oficiales

Master Oficial Universitario en Marketing Digital + 60 Créditos ECTS



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

# Índice

Master Oficial Universitario en Marketing Digital + 60 Créditos ECTS

1. Sobre Inesem
2. Master Oficial Universitario en Marketing Digital + 60 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

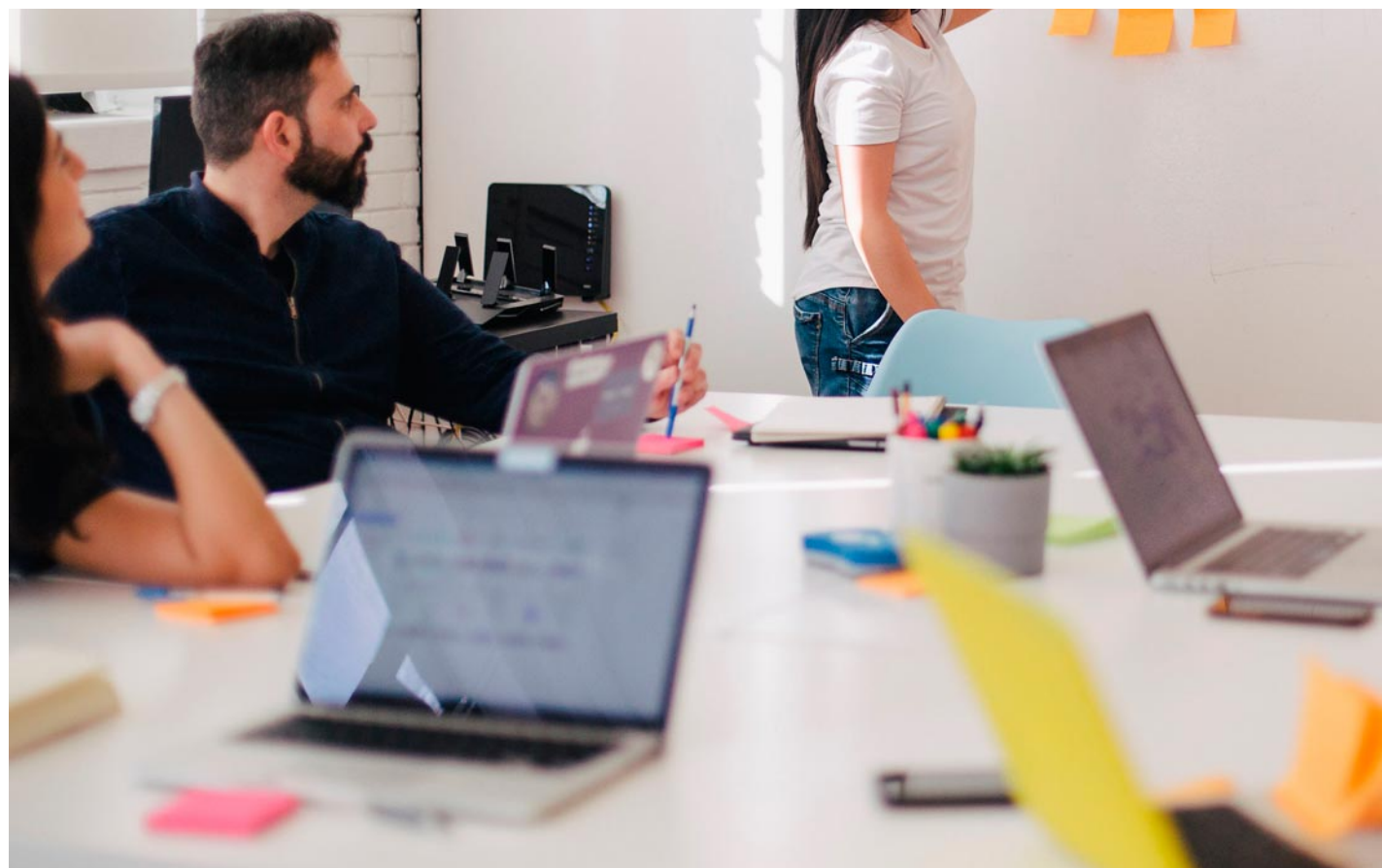


INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de 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 Oficial Universitario en Marketing Digital + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	3495 €
CRÉDITOS ECTS	60
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL



Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

## Titulación Masters Oficiales

- Doble Titulación: - Título Oficial de Master Oficial Universitario en Marketing Digital expedida por la Universidad e-Campus acreditado con 60 ECTS Universitarios. Su superación dará derecho a la obtención del correspondiente Título Oficial de Máster, el cual puede habilitar para la realización de la Tesis Doctoral y obtención del título de Doctor/a. - Titulación de Master en Marketing Digital con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y CLADEA (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración)

# Resumen

La digitalización y la gran conectividad de la que gozamos en la actualidad ha hecho que el marketing haya pasado a enfocarse principalmente en el ámbito digital. Hoy día, prácticamente todas las empresas, cuentan en mayor o menor medida con presencia online. El buen desempeño del marketing digital determina enormemente el valor el valor, la reputación y las ventas de una empresa. Este master online en marketing digital dota al alumno de un dominio multidisciplinar y aplicado de las diferentes áreas para liderar los proyectos más ambiciosos y convertirlos en referentes. INESEM proporciona al alumno una formación flexible, con contenidos actualizados y el equipo docente más cercano a su disposición.

## A quién va dirigido

El Master Oficial Universitario en Marketing Digital va dirigido a todos aquellos recién titulados y profesionales que deseen especializarse en marketing digital, ya sea para mejorar su empleabilidad o bien para mejorar su desempeño laboral. Además, es un master ideal para aquellos emprendedores que deseen promocionar e incrementar las ventas online de sus negocios.

# Objetivos

Con el Masters Oficiales **Master Oficial Universitario en Marketing Digital + 60 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Diseñar, gestionar y poner en marcha un plan de marketing digital gracias al conocimiento multidisciplinar de este.
- Comprender las principales herramientas de gestión y análisis, que nos ayudarán a aplicar las diferentes estrategias.
- Conocer el funcionamiento del marketing de buscadores y aplicar estrategias de posicionamiento SEO y SEM.
- Poner en marcha un Social Media Plan, para alcanzar el mayor número posible de usuarios en las diferentes redes.
- Crear y dirigir un comercio electrónico, conociendo los principales elementos que lo integran.
- Comprender la importancia de la analítica web y del estudio del comportamiento del consumidor
- Mejorar el branding y las ventas de una empresa gracias a la estrategia de marketing digital.







¿Y, después?

### Para qué te prepara

El Master Oficial Universitario en Marketing Digital te prepara para diseñar, dirigir y poner en marcha la estrategia global de marketing digital de tu empresa. Adquirirás un conocimiento multidisciplinar abordando las distintas áreas como pueden ser las Redes Sociales, la Analítica Web, el Posicionamiento SEO y SEM o el Comercio Electrónico, entre otras. Lidera los proyectos digitales de tu empresa y aumenta el valor y ventas de esta.

### Salidas Laborales

Con el Master Oficial Universitario en Marketing Digital podrás aspirar a cualquier puesto relacionado con este ámbito como puede ser: director de marketing online, técnico de marketing, social media manager, community manager, analítica web, especialista SEO y SEM, director de e-commerce, digital product manager, consultor de marketing digital, etc.

# ¿Por qué elegir INESEM?



# PROGRAMA ACADÉMICO

Master Oficial Universitario en Marketing Digital + 60 Créditos ECTS

Módulo 1. **Introducción al marketing de buscadores**

Módulo 2. **Seo on page**

Módulo 3. **Seo off page**

Módulo 4. **Seo especializado**

Módulo 5. **Sem- google ads**

Módulo 6. **Analítica web: google analytics, google tag manager y google data studio**

Módulo 7. **Social media management**

Módulo 8. **E-commerce**

Módulo 9. **Proyecto fin de master**

### Módulo 1. Introducción al marketing de buscadores

#### Unidad didáctica 1. Introducción al seo

---

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en google
5. Estrategia SEO

#### Unidad didáctica 2. Introducción al sem

---

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con google ADS
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

#### Unidad didáctica 3. Content management system

---

1. Qué es un CMS
2. SUBEPÍGRAFE - Principales CMS con licencia gratuita
3. SUBEPÍGRAFE - Principales CMS de pago
4. Ventajas e inconvenientes de los CMS
5. WordPress y woocommerce
6. Prestashop y magento

#### Unidad didáctica 4. Google analytics 4

---

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4



# Módulo 2.

## Seo on page

### Unidad didáctica 1. Keyword research

---

1. Introducción
2. Tipo de Keywords
3. SEMrush
4. Sistrix
5. LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6. Herramientas gratuitas
7. Extensiones para Chrome

### Unidad didáctica 2. Arquitectura del sitio web

---

1. Estructura de una web
2. Optimización de Etiquetas Meta: Screaming Frog SEO Spider
3. Enlazado interno
4. Sitemap.xml
5. Archivo Robot.txt
6. Optimización multimedia
7. Accelerated Mobile Pages- AMP
8. Google Search Console
9. SEO en HTML, CSS y Java Script
10. Migraciones

### Unidad didáctica 3. Análisis de los metadatos- screaming frog

---

1. Etiquetas meta name
2. Etiqueta meta description
3. Etiqueta meta Keyword
4. Etiqueta meta Robots
5. Etiqueta meta viewport
6. Etiqueta meta nosnippet
7. etiqueta meta http-equiv
8. Etiqueta Title

### Unidad didáctica 4. Usabilidad y experiencia de usuario- ux

---

1. Introducción
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI´s
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX
7. Orientaciones de diseño web y dispositivos

### Unidad didáctica 5. Auditoria on page

---

1. Auditoria de indexabilidad
2. Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3. Monitorización de marca
4. Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5. Códigos de estado y Protocolo
6. Análisis Log
7. Análisis de la taxonomía web

# Módulo 3.

## Seo off page

### Unidad didáctica 1.

#### Importancia de los enlaces en seo

---

1. Backlinks y linkjuice
2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Nofollow vs. dofollow
4. Análisis de enlaces: SEMrush, Ahrefs y Screaming Frog

### Unidad didáctica 2.

#### Linkbuilding

---

1. Características fundamentales de Linkbuilding
2. Tipos de enlaces
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding orgánico
5. Linkbuilding con Ahrefs
6. Autorización y desautorización de enlaces con Search Console

### Unidad didáctica 3.

#### Linkbaiting

---

1. Introducción al linkbaiting
2. Directorios
3. Blog, foros y redes sociales
4. Storytelling
5. Marketing viral

### Unidad didáctica 4.

#### Seo y coworking

---

1. Introducción al SEO y copywriting
2. SEO Copywritting
3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywritting

### Unidad didáctica 5.

#### Copywriting para social media

---

1. La importancia del copywriting en social media
2. Objetivos del negocio
3. Conoce a tu audiencia
4. Canal, estrategia de contenidos y calendario editorial
5. Testeo y análisis

### Unidad didáctica 6.

#### Marketing viral el marketing en las redes sociales

---

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

## Módulo 4. Seo especializado

### Unidad didáctica 1. Escenarios seo

---

1. SEO local
2. SEO internacional
3. SEO para apps: ASO
4. SEO para Amazon Marketplace
5. SEO en Youtube

### Unidad didáctica 2. Introducción a wordpress

---

1. Compra de dominio y contratación de hosting
2. Instalación de Wordpress
3. Configuraciones iniciales
4. Themes
5. Personalización de Wordpress
6. Creación de Posts y Páginas
7. Gestión comentarios
8. Biblioteca Multimedia
9. Gestión de usuarios y roles
10. Herramientas útiles

### Unidad didáctica 3. Seo para wordpress

---

1. Instalación y configuración inicial
2. Los títulos y las metaetiquetas
3. Estrategia social
4. Sitemaps
5. Permalinks
6. Las rutas de exploración
7. Modificación de RSS
8. Bulk Editor de títulos y descripciones
9. Editor de archivos
10. Aplicación SEO en posts y páginas

## Módulo 5. Sem- google ads

### Unidad didáctica 1. Introducción

---

1. Ventajas de la publicidad online
2. ¿Qué es Google Ads?
3. Fundamentos de Google Ads
4. Crear una cuenta en Google Ads
5. Campañas, grupos de anuncios y palabras clave
6. Planificador de palabras clave
7. Adwords Editor

### Unidad didáctica 2. Publicidad en búsquedas

---

1. Funcionamiento
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Pujas y presupuestos
5. Administración, medición y supervisión de campañas
6. Optimización

### Unidad didáctica 3. Publicidad en display

---

1. Introducción
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Audiencias, segmentación y remarketing
5. Medición y optimización

### Unidad didáctica 4. Publicidad para móviles

---

1. Ventajas de la publicidad mobile
2. Pujas y segmentación
3. Anuncios
4. Medición

### Unidad didáctica 5. Publicidad en shopping

---

1. Google Merchant Center
2. Campañas de shopping

# Módulo 6.

## Analítica web: google analytics, google tag manager y google data studio

### Unidad didáctica 1.

#### Google analytics: primeros pasos

---

1. Introducción a la analítica web
2. Funcionamiento Google Analytics
3. Instalación y configuración de Google Analytics
4. Navegación por Google Analytics
5. Recopilación de datos

### Unidad didáctica 2.

#### Recogida de datos

---

1. Planes de medición
2. Configuración de las vistas mediante filtros
3. Métricas y dimensiones personalizadas
4. Seguimiento de eventos

### Unidad didáctica 3.

#### Navegación e interfaz

---

1. Informes de visión general
2. informes completos
3. Compartir informes
4. Configuración paneles de control y accesos directos

### Unidad didáctica 4.

#### Informes

---

1. Informes de Audiencia
2. Informes de Adquisición
3. Informes de Comportamiento

### Unidad didáctica 5.

#### Campañas y conversiones

---

1. Campañas personalizadas
2. Realizar un seguimiento de las campañas con el Creador de URLs
3. Configuración y medición de objetivos
4. Cómo medir campañas de Google Adwords

### Unidad didáctica 6.

#### Google analytics 360

---

1. Analítica avanzada
2. Informes sin muestrear
3. Google BigQuery Export
4. Integraciones

### Unidad didáctica 7.

#### Google tag manager

---

1. Concepto y características
2. Gestión de etiquetas
3. Activadores y gestión de variables
4. Implementación y eventos Google Analytics
5. Tracking

### Unidad didáctica 8.

#### Google data studio

---

1. Visualización de datos
2. Tipologías de gráficos
3. Fuentes de datos
4. Integración con Analytics
5. Creación de informes

# Módulo 7.

## 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 8.

## E-commerce

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción al comercio electrónico

---

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

### Unidad didáctica 2.

#### Principales plataformas

---

1. Principales plataformas
2. Gestión estratégica
3. Plataformas del código abierto

### Unidad didáctica 3.

#### Diseño

---

1. Introducción al Diseño Web
2. Accesibilidad
3. Usabilidad
4. Responsive Design
5. Home
6. Categorías
7. Fichas de Producto
8. Carrito de la compra y checkout
9. Principales herramientas

### Unidad didáctica 4.

#### Pasarelas de pago

---

1. Confianza, privacidad y seguridad
2. Principales formas de pago

### Unidad didáctica 5.

#### Marco legal

---

1. Ley de Ordenación del Comercio Minorista
2. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
3. Reglamento General de Protección de Datos
4. Ley de Consumidores
5. SmartContracts

# Módulo 9.

## Proyecto fin de master

# 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

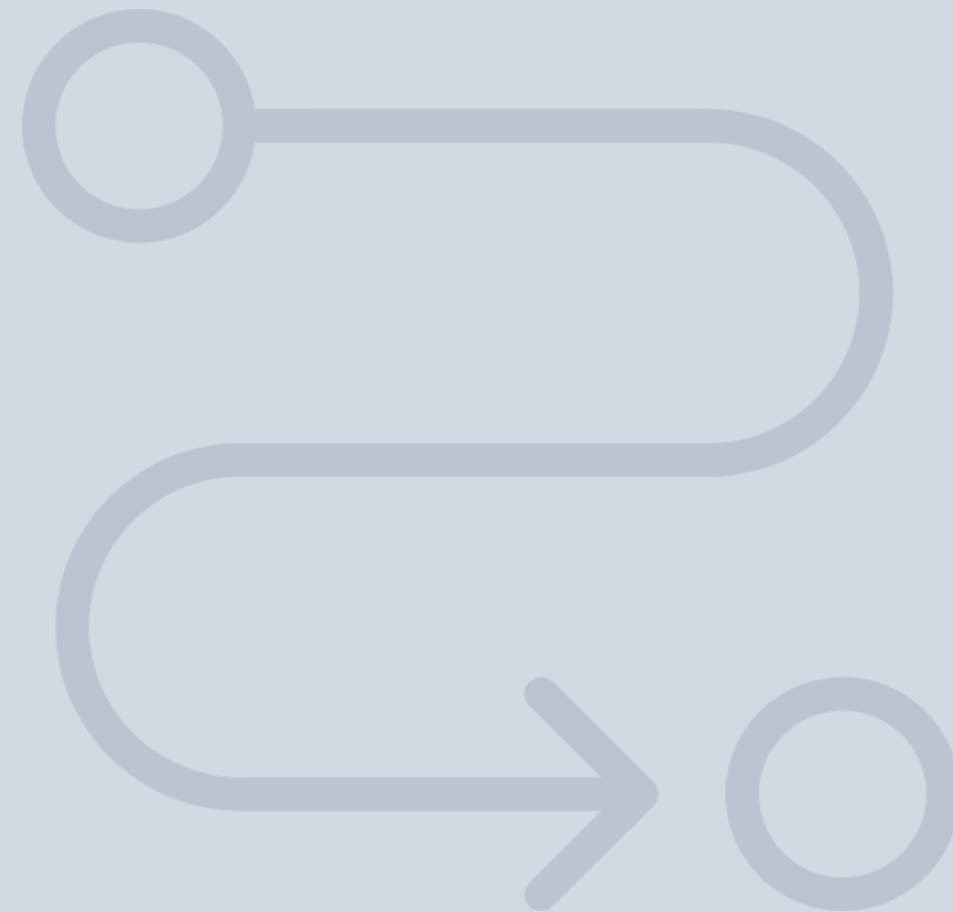
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





## 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 Oficiales

Master Oficial Universitario en Marketing Digital + 60  
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.