

Memoria Verificación Docente: MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL

Documentos:

- 1-Memoria Verificación Académica
Máster Propio Marketing y Venta
Digital ETSINE UNIDEMA
- 2-Evaluación

Fecha de Salida:

05/03/2020



UNIDEMA

La cumplimentación de este documento servirá para tramitar la aprobación de la/s titulaciones propias en la Comisión Docente de **ETSINE UNIDEMA**.



TÍTULO NOMBRE COMPLETO

TÍTULO PROPIO – MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL POR LA ETSINE BUSINESS SCHOOL. ESCUELA ADSCRITA UNIDEMA

El presente informe resume la propuesta de curso para su aprobación como Título Propio de **ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA Y EMPRESA UNIDEMA (En adelante ETSINE-UNIDEMA)** a través de los cauces pertinentes que establecen las Normas Regulatoras de los Estudios y Actividades de Formación Permanente de las escuelas adscritas a UNIDEMA.

OBSERVACIONES

Este Título Propio ha sido promovido por el **ETSINE-UNIDEMA** y cuenta tanto con el apoyo de UNIDEMA Unidad de Educación más Aprendizaje.

- El Título Propio responde a la colaboración entre ETSINE y UNIDEMA en el marco de **colaboración entre entidades adscritas**, para la puesta en marcha del título propio **MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL** con el objeto de cubrir necesidades de formación de los profesionales y futuros profesionales del sector empresarial en su conjunto.
- El principal objetivo del título es formar a dichos profesionales tanto en las habilidades técnicas en materia de marketing y venta de la alta dirección como emprendedores de cualquier sector que precisen dichas habilidades para comenzar su andadura en el terreno digital.
- La modalidad del Título Propio es **ONLINE**.
- Al finalizar los exámenes, el alumno recibirá un Diploma Provisional para más tarde recibir el Diploma de **MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL**.

FICHA TÉCNICA NUEVO TÍTULO PROPIO

Título Propio	TÍTULO PROPIO – MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL POR LA ETSINE BUSINESS SCHOOL. ESCUELA ADSCRITA UNIDEMA
Duración	200 horas
Elevado por	ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA Y EMPRESA UNIDEMA
Apoyos	<ul style="list-style-type: none"> Destacadas empresas del sector de la comunicación.
Docentes	<ul style="list-style-type: none"> Experto/a en comunicación y oratoria
Descripción	<p>ETSINE considera como uno de sus principales valores, la formación continua de profesionales que dentro de un sector determinado como el caso del sector de la alta dirección empresarial y de los profesionales y emprendedores en su conjunto que deban desarrollar su profesión dando un salto cuantitativo y cualitativo en el ámbito digital.</p> <p>El equipo docente así como las instalaciones y el apoyo educativo se prioriza para dar sentido a una titulación tan exigida como es la de profesionales con habilidades en marketing y venta digital.</p>
Dirigido a	<p>Estudiantes que deseen incorporarse a la alta dirección.</p> <p>Estudiantes que deseen obtener habilidades en materia de marketing y venta.</p>
Modalidad	ONLINE
Entidades con las que colaborar	NO PROCEDE
Tasas y matrícula	2.000,73€ Tasas, Diploma e Impuestos Incluidos. Becas a convenir
Observaciones	Formación no Reglada

Cod.(*)	NOMBRE DEL TÍTULO PROPIO	CREDITOS UNIDEMA	PRACTICAS CURRICULARES EN EMPRESA (**)
MACOYORA	TÍTULO PROPIO – MÁSTER EN COMUNICACIÓN Y ORATORIA POR LA ETSINE BUSINESS SCHOOL. ESCUELA ADSCRITA UNIDEMA	NO PROCEDE	SI/NO/A CONVENIR

(*)Código: Agrupación de letras y números que referencien de manera única el título propio.

(**)SI: El título contiene al menos una asignatura /materia optativa o troncal para la realización de prácticas en empresa

(**)NO: El título no contempla la obligatoriedad de realizar prácticas en empresa

RAMAS DEL CONOCIMIENTO

Artes y Humanidades	<input type="checkbox"/>	Ciencias de la Salud	<input type="checkbox"/>
Ciencias Sociales y Jurídicas	<input checked="" type="checkbox"/>	Ingeniería y Arquitectura	<input type="checkbox"/>
Ciencias	<input type="checkbox"/>	Hostelería y Turismo	<input type="checkbox"/>



JUSTIFICACIÓN DOCENTE Y METODOLOGÍA.

La ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA Y EMPRESA UNIDEMA es una destacada y consagrada Escuela adscrita a UNIDEMA. El alma de la escuela es la de impartir docencia de manera semipresencial, impulsando la esencia flexible y adaptada de la propia estrategia educativa de UNIDEMA

El carácter educativo de la entidad se sostiene sobre dos pilares o “patas” fundamentales: Educación a distancia-Semipresencial y la Empleabilidad. La primera de ellas se consigue gracias a una apuesta firme en desarrollar las herramientas tecnológicas necesarias. La segunda, gracias a generar contenidos adaptados, resultado del contacto directo con el entorno económico y empresarial, siendo termómetro con el que tomar temperatura del entorno, adaptando siempre la formación a las necesidades de mercado, todo lo anterior se consigue gracias a una formación propia, no reglada, con materia académica actualizada. Las materias educativas con mayor recorrido y acogida por los alumnos y empresas son aquellas que tratan sobre la gestión empresarial, la contabilidad y gestión financiera, así como el análisis de inversiones.

VENTAJAS

- Apuesta decidida por los contenidos prácticos.
- Docentes de reconocido prestigio profesional en empresas del sector.
- Equipo consolidado y de avalada reputación en el ámbito empresarial.
- Claustro del más alto nivel con personal emprendedor.
- Plazas limitadas.
- 200 Horas.
- Horario flexible.
- Convenio con Banco de reconocido prestigio para el pago de tasas.

PROGRAMA ACADÉMICO

Bloques docentes por asignaturas.

Créditos Propios UNIDEMA= 10 horas

UNIDADRIOS	EPÍGRAFES	CONTENIDOS	CONTENIDOS ESPECÍFICOS
ASIGNATURA MARKETING DIGITAL			
INTRODUCCIÓN. UNIDAD 1	¿Qué es el marketing?		
	Evolución del marketing		
	Marketing web		
	Comunicación Digital		
MARKETING DIGITAL. UNIDAD 2	Métricas de costes en marketing	- CPC - CPM - CPL - CPA	
ANALÍTICA WEB. UNIDAD 3	Analítica web		
	KPIs de un proyecto web	Conversiones Ventas Visitas Tiempo en página % de rebote Etc.	
	Configuración de la analítica de una página web	Objetivos / Conversiones Comercio electrónico	Google Analytics Google Search Console
BRANDING. UNIDAD 4	Branding Digital	- ¿Qué es la identidad de marca y qué elementos tiene? - ¿Cómo hacer branding con una marca? Ejemplos	
PPC. UNIDAD 5	Google Ads	- SEM: publicidad pagada - Display	GOOGLE ADS
	Youtube Ads	Tipos de publicidad en video: - Display - Anuncios	
	- SEM: publicidad pagada - Display - Social Ads	FACEBOOK ADS TWITTER ADS LINKEDIN ADS	
SOCIAL MEDIA. UNIDAD 5	Redes sociales	- Social media	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM
	Aumentar comunidad		Creación de sorteos y acciones para conseguir seguidores
	Fidelizar comunidad	Descuento para seguidores Chatbots	
SEO. UNIDAD 6	Introducción	- ¿Qué es el posicionamiento? ¿Qué tipos hay?	BREVE DESARROLLO DE SEO Y SEM "para diferenciarlos"
	Introducción al SEO	- Introducción al SEO - Las 3 patas del SEO - SEO en una estrategia de Mk Digital	

	Marketing de contenidos	¿Qué es? Funnel de contenidos Beneficios del MK contenidos - FASES del MK contenidos	
	Arquitectura Web	- ¿Qué debes saber antes de hacer una arquitectura web? - ¿Cómo hacer una arquitectura web?	- UX y UI - CRO
	Posicionamiento orgánico SEO	- Herramientas SEO. - SEO On Page - SEO Off Page	
	Palabras clave	- Keyword Research	HERRAMIENTAS BUSCADOR PALABRAS LONG TAIL
EMAIL MARKETING. UNIDAD 7	Email Marketing	Promoción y campañas de venta de productos en un ecommerce	MAILCHIMP
PÁGINA WEB. UNIDAD 8	Plataformas página web	- Tipos de plataformas - Plataformas más utilizadas - Métricas página web	WORD PRESS LANDING PAGE SHOPIFY PRESTASHOP GOOGLE ANALYTICS
	Hosting y desarrollo web	- Desarrollo web (html+ css) - Dominios y alojamiento web - Plantillas web	
	Creación web	- ¿Cómo crear una página web sencilla?	
HERRAMIENTAS DEL MARKETING. UNIDAD 9	Introducción herramientas MK	- Nuevos paradigmas MK Herramientas	aHrefs SemRush Screamin Frog Etc.
TENDENCIAS DE MARKETING 2020. UNIDAD 10	Growth Hacking		
	Mindful Marketing		
	Busquedas por Voz		
PLAN DE MARKETING. UNIDAD 11	Introducción	- ¿Qué es el plan de marketing? - Normas del juego para plan de MK	
	Claves de éxito		
	Fases del Plan de MK	- Audiencias - Análisis -Objetivos -Estrategia -Línea Editorial - Formatos - Calendario - Medición	
	EJEMPLOS CASOS REALES		
ASIGNATURA MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL – TEORÍA Y PRÁCTICA			
I Introducción	Introducción	-Producto y Servicio Digital -Funnel de ventas	
II Comercio Digital	Diferentes formas de venta digital	-Evolución y arraigo del e-commerce -Venta propia -Dropshipping -Marketing de Afiliados -Marketplaces -Teoría Long Tail y Principio de Pareto	
III Monetización y Venta Digital	Herramientas de venta digital	-Proceso/Lienzo de Negocio -Modelos de Negocio -CMS. Aprendiendo a hacer un e-commerce desde cero -Pasarelas de Pago	-TPV Bancario -PayPal -Stripe

Recursos			
Contenido Extra en Materia Fiscal, de Inversiones y Económicas	Economía.Fundamentos de la Economía Empresarial. Contabilidad Financiera. Gestión Financiera de la Empresa.		

Nota: *El contenido puede variar. En el apartado Novedades del Aula Virtual, aparecerán los cambios y revisiones, tanto de oficio por parte de la Escuela como por aportación de la Comunidad de Estudiantes.

Distribución de la carga lectiva:

- 140 Horas estudio online.
- 25 Horas documentación y análisis temarios y anexos.
- 25 Horas lectura y comprensión temario.
- 10 Horas preparación y realización de evaluables.

Duración

HORARIOS/MATRÍCULA/PRECIO

Clases mediante plataforma online.

El periodo de matrícula está disponible hasta cubrir plazas.

El precio total del curso es de **2.000,73 €**. Impuestos y todo tipo de tasas incluidos.

TITULACIÓN Y RECONOCIMIENTO

Una vez superado el curso, el alumno obtendrá el título propio de MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL, acreditado por UNIDEMA



INTRODUCCIÓN

En primer lugar, le damos la bienvenida al MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL de ETSINE Business School, Escuela adscrita a UNIDEMA.

El presente documento es un resumen de la metodología de evaluación del MÁSTER PROPIO EN MARKETING, MONETIZACIÓN Y VENTA DIGITAL, que constará de una única parte:

- Exámenes. (100% Nota final)

EXÁMENES

Dentro del Aula Virtual comprobarás el MBA se compone de diversas áreas académicas, de asignaturas. En las asignaturas el estudiante encontrará un examen final. El examen es tipo test y al finalizar el mismo encontrará la nota. El objeto del curso es el aprendizaje activo, y no busca en ningún caso la acción punible hacia el alumno, lo que se materializa en exámenes sin límite de convocatoria. Mientras la matrícula del curso esté activa, el alumno puede volver a repetir el examen tantas veces como estime hasta adquirir los conocimientos necesarios. La media de las notas obtenidas en los exámenes tendrá una ponderación sobre la nota final del curso del 100%. Un 10 de media en todos los exámenes significará un 10 en la nota final del MBA.