



Máster en Dirección de Marketing Digital y Social

Descripción

Este Máster Universitario forma al alumnado en el dominio de las técnicas útiles para la planificación y gestión de estrategias propias de Marketing Digital, tanto aplicadas a las empresas (especialmente pymes) como en instituciones y organizaciones no lucrativas. Los contenidos abarcan aspectos como negocios en Internet, investigación de mercados, estadística y analítica web, marketing estratégico, creación de marcas en Internet, reputación, presencia en Internet y mejora de conversiones, marketing viral, mobile, blended, estrategia y gestión de redes sociales, publicidad en Internet, comercio electrónico, marketing digital para organizaciones no lucrativas y SEO, entre otros.

Perfil de acceso

Preferentemente, grados en Marketing e Investigación de Mercados, Publicidad y Relaciones Públicas. Otras titulaciones: Grado en Administración y Dirección de Empresas, en Turismo, en Gestión y Administración Pública, en Sociología, en Derecho y licenciados en Publicidad y RR. PP. y en Administración y Dirección de Empresas.

Salidas profesionales

Director de marketing, *media manager*, *social media & content manager*, experto en marketing y comunicación digital, *brand/product manager*, asesor de ONG/ONL en contenidos digitales, analista de mercados digitales, experto en posicionamiento web SEO o director de proyectos de marketing digital y 2.0.

Dirección y contacto

Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación. Avda. de la Universidad s/n, 11402 Jerez de la Frontera

Tfnos.: (0034) 956 037 100 / 956 037 817

master.marketing-digital@uca.es

<http://ccsociales.uca.es/master/master-universitario-en-direccion-de-marketing-digital-y-social>

<http://posgrado.uca.es/master/marketing>

Objetivo

Formar al alumnado que se matricule en el dominio de técnicas útiles para la planificación y gestión de estrategias de marketing digitales, tanto aplicadas a las empresas (especialmente pymes) como en las organizaciones no lucrativas. Los contenidos abarcan aspectos como el marketing digital, viral, *mobile*, *blended*, redes sociales, SEM, SEO, entre otros.

Módulo común obligatorio (1^{er} semestre)

Materia	Asignatura	Créd.
Tendencias en innovación y TIC	Creación y dirección de empresas en entornos digitales	2,5
	Instrumentos de marketing y comunicación digital	2,5
Informática avanzada	Herramientas informáticas para el marketing digital	5
Estrategias para el cambio social	Tendencias, procesos y problemas sociales en la sociedad del siglo XXI	2,5
	Aplicaciones de marketing social	2,5

Módulo específico obligatorio (2^o semestre)

Materia	Asignatura	Créd.
Aplicaciones de marketing digital en la empresa	Estrategias de marketing digital en la empresa	10
Aplicaciones de comunicación digital en la empresa	Comunicación digital	5
Aplicaciones de marketing digital en ONL	Estrategias de marketing digital en las ONL	7,5
Aplicaciones de comunicación digital en ONL	Comunicación digital para ONL	2,5

Módulo de aplicación

1^{er} semestre

Materia	Asignatura	Créd.
Metodología investigadora	Métodos científicos y técnicas cualitativas	4
	Técnicas cuantitativas	4

2^o semestre

Materia	Créd.
Trabajo Fin de Máster	12

Total Créditos: 60 (cada crédito equivale a 25 horas de trabajo del alumno).