



Fundación Uned



Curso de Marketing Digital

Fórmate en el Nuevo Marketing



Poténciate
con F. UNED

Información Académica (10-14h L-V)
Tel. 91 169 70 97

mariana.blazquez@cursosmarketingonlinefunded.com
www.cursosmarketingonlinefunded.com

Información Matrícula Fundación UNED
Tel. 91 386 72 76

www.fundacion.uned.es

PRESENTACIÓN

¿Estás pensando en desarrollar tu carrera profesional en el ámbito del Marketing Digital?

Te lo ponemos fácil a través de cuatro premisas.



Metodología

100% online
con clases en directo.



Mejor Relación Calidad/Precio

(este curso posee descuentos y bonificaciones).



Duración

4 meses.
500 horas de formación certificadas.



Garantía

La Fundación UNED es un organismo de gran prestigio, en España y América Latina, gracias a su buena labor y tradición en la formación online y a distancia.

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)



Decir que el marketing tradicional se ha visto superado y completado por el marketing digital hoy día es una obviedad. Este hecho supone para los profesionales del sector, empresarios y especialistas del entorno web una oportunidad de mejorar sus habilidades y competencias profesionales, al tiempo que una obligación de conocer las herramientas online con las que se trabaja en la actualidad. Por ello, la finalidad del curso es cubrir la **necesidad creciente cada día en el mercado laboral de perfiles profesionales cada vez más consolidados como el Consultor de Marketing Digital, los Gestores y los Planificadores de cuentas, así como los propios Responsables y Directores de Marketing.**

Conocer las estrategias y los diferentes medios publicitarios digitales guiados en todo momento por profesionales del sector, se ofrece como una gran oportunidad para adentrarnos y profundizar dentro del mundo de la publicidad y el marketing en internet.

Con este curso el alumno podrá conocer todas las claves a la hora de diseñar, implementar, supervisar y mejorar campañas en los diferentes medios online, de acuerdo con una serie de objetivos definidos previamente.

El marketing digital ha venido para quedarse. En nuestra mano está saber aprovechar sus recursos, para combinarlos con el mundo online y para sacar el máximo partido de sus posibilidades.

Integra estas competencias en tu perfil profesional, comprende cómo funciona la publicidad en internet, planifica tus acciones de marketing digital y crea campañas por ti mismo con las herramientas a tu alcance.

Aprenderás de forma global las tecnologías empleadas para ello, diseñando y planificando tú mismo tanto campañas como la estrategia y un plan de marketing digital que cumpla con tus objetivos. No lo dejes pasar. Tus clientes te esperan.



A quién va dirigido

- Profesionales, responsables y directivos de marketing y publicidad.
- Propietarios de negocios con presencia online o que se plantean dar el salto a internet.
- Community managers.
- Webmasters (propietarios y administradores de sitios web).
- Comerciales y publicistas.
- En general, estudiantes, autónomos, diseñadores web y profesionales de internet que quieran crear sus propias campañas online, que tengan pensado que les lleve su publicidad una agencia, o que deseen incorporarse al mercado laboral con una buena base de conocimiento en el sector del marketing online (consultoría, gestión de cuentas, estudios de mercado, planificación estratégica de medios...).

Objetivos

1

Conocer los diferentes medios publicitarios online y herramientas para crear campañas de publicidad en internet (SEO, SEM, Display, Vídeo, Social Media, Email Marketing, Mobile Marketing).

Ser capaz de estudiar el mercado online y planificar la estrategia y las acciones de marketing online desde una perspectiva amplia, enfocada en objetivos concretos.

2

3

Analizar, supervisar, testear y controlar los resultados de cualquier campaña.

Ser capaz de tomar las decisiones correctas en el momento oportuno y de orientar a otros en cuestiones de marketing online. Saber llevar a cabo un plan de marketing online.

4



METODOLOGÍA

100% Online y clases en directo: flexibilidad y cercanía.



Campus Online



Tutor Personal



Clases en Directo



App Móvil

Recibirás las claves de acceso al Campus Online del curso. Desde ese momento podrás acceder cuando quieras (24 horas al día), en función de tu disponibilidad horaria, y desde donde quieras. Solo necesitas una conexión a internet.

Además de que la flexibilidad horaria y geográfica es total, el modelo pedagógico del curso está diseñado para ser conciliado con tus responsabilidades laborales y personales.



¿Qué me voy a encontrar?

Una vez dentro del campus, podrás descargar y estudiar el material didáctico, asistir a clases en directo, ver videotutoriales explicativos, participar en foros de debate, plantear tus dudas a los profesores o a tu tutor, leer documentación complementaria, realizar las actividades o interactuar con otros alumnos.

En función de la parte del curso en la que estemos, cada uno de estos aspectos será el protagonista. El curso está dotado de un ritmo muy interesante, ¡no te vas a aburrir ni un minuto!

Clases en directo

Las clases en directo consisten en explicaciones por parte del equipo docente de aquellos contenidos en los que, por su complejidad o importancia, queremos hacer hincapié trabajándolo directamente contigo. También aprovecharemos algunas de estas sesiones para ayudarte a resolver dudas, queremos que notes cercanía y los profesores van a estar muy pendientes de ti.

Podrás vivir la experiencia de una clase tradicional con profesores y alumnos, pero sin salir de casa. Si no puedes asistir a dichas clases, no te preocupes, la asistencia es voluntaria y todas las sesiones se graban para que puedas verlas cuando quieras.

Tutorías telefónicas

Además de lo anterior, contarás con la posibilidad de contactar con tu tutor a través de tutorías telefónicas. ¡No te vamos a dejar guardarte ni una duda!

MODELO DE EVALUACIÓN

Se trata de una evaluación continua de carácter fundamentalmente práctico



Teórica

A lo largo del curso se aportan amplios conocimientos teóricos que se evalúan fundamentalmente en su aplicación práctica. Por ello, la evaluación puramente teórica constituye una pequeña parte de la evaluación.



Práctica

A lo largo del curso el alumno pondrá en práctica los conocimientos adquiridos trabajando los diferentes medios publicitarios online sobre una web existente. Y al final del curso, el alumno diseñará la estrategia y el plan de marketing online para su propio sitio web o negocio.



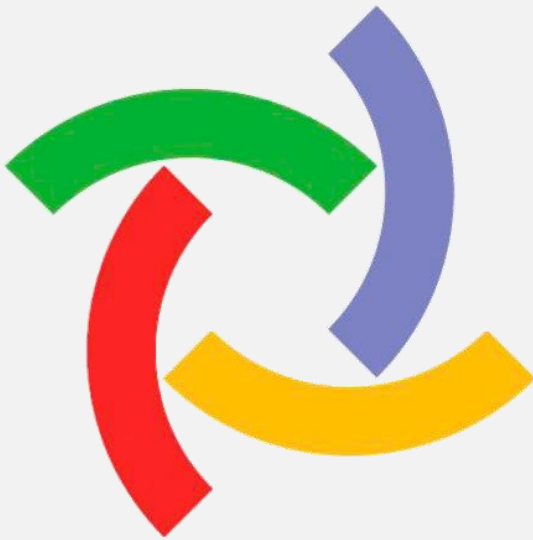
TITULACIÓN

Todos aquellos alumnos que superen el curso con éxito, recibirán el título de “Curso en Marketing Digital de la Fundación UNED” que reconoce 500 horas de formación en la materia.

**Título de la
Fundación UNED**
que refuerza tu currículum



500 HORAS
de formación reconocidas



Qué es la Fundación UNED

La Fundación UNED pertenece a la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia www.uned.es) y tiene por objeto diseñar, promover y realizar todos aquellos estudios que son necesarios en pro del desarrollo científico, cultural, social, económico, de la investigación y de la formación profesional, tanto de la sociedad española como de aquellos países con los que mantiene relaciones de cooperación.

Para ampliar la información, visitar www.fundacion.uned.es.



PROFESORADO

Enrique Clemente Moneva

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad de Zaragoza.

Director de Operaciones y cofundador de Idento, agencia especializada en Marketing Digital y Diseño Web.

Tras su paso por varias consultoras tecnológicas, lleva desde 2006 trabajando en el mundo del marketing online, desempeñando, entre otras, funciones como consultor en las áreas de SEO, SEM y Analítica Web. Profesor en diferentes cursos de la Fundación UNED desde 2011.

Cuenta con las certificaciones profesionales en Google Ads, Microsoft Advertising, Google Analytics y Mobile Expert by iAi.



Manuel Gil Sanz

Ingeniero Informático por la Universidad de Granada, Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (ESIC) y PSE en Marketing Digital (ICEMD-ESIC).

Socio fundador de Idento, desarrolla su labor como Consultor senior de Marketing Online y Director Comercial.

Experto en la gestión de campañas de marketing online de clientes, especialista en SEO, SEM, Email Marketing y marketing en Redes Sociales. Certificado por el programa Google Ads y Google Analytics.



PROFESORADO

Marina Hernández Muñoz

Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Escuela Internacional de Gerencia y Licenciada en Comercio Internacional por La Universidad de Derby.

Técnico en Social Media y Community Manager por la Escuela Internacional de Gerencia.

Actualmente trabaja como Consultora de Marketing Online en Idento, especialista SEM y PPC, gestionando cuentas y campañas para más de 20 clientes en plataformas como Google Ads, Facebook y Twitter. También desempeña la función de Community Manager, realizando la planificación y ejecución estratégica en los medios sociales de la compañía.

Certificada por los programas profesionales de Google Ads (Publicidad en Búsqueda, Display, Vídeo, Móvil, y Shopping), Bing Ads y Google Analytics.



Maripi Sánchez



Graduada en Economía por la Universidad de Granada y Máster en Marketing y Gestión Comercial en ESIC Business & Marketing School.

Actualmente trabaja como consultora de Marketing Online en la Agencia Idento, gestionando además los medios sociales de la empresa. Anteriormente trabajó como gestora de cuentas en la Agencia Equilátera Publicidad.

Especializada en estrategia de redes sociales, campañas publicitarias digitales y redacción de contenidos. Posee una visión clara de la unión entre el mundo offline y online.

Además, está certificada en Inbound Marketing por Hubspot Academy, en Google Analytics y Google Ads por Google y en Bing Ads por Microsoft. Profesor de FUNED de Blog y Redes Sociales en el curso de Inbound Marketing.

Realiza funciones de Community Manager en la Agencia Idento gestionando las Redes Sociales y el blog de la Agencia.

PROFESORADO

Rocío Sánchez Trujillo

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Granada. Máster en Marketing y Gestión Comercial por ESIC Business & Marketing School.

Actualmente trabaja como Consultora de Marketing Online en Idento. Especialista en SEM, PPC y Analítica Web, gestionando cuentas y campañas para diferentes empresas de servicios y e-commerce.

Certificada por los programas profesionales de Google Ads, Bing Ads y Google Analytics.



Isabel Molero Escobar

Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Almería y Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC - Business & Marketing School.

Actualmente trabaja como consultora de Marketing Online en Idento. Especialista en gestión de campañas online y Analítica Web.

Certificada por los programas de Google Ads, Microsoft Advertising y Google Analytics.



PROFESORADO

Iván Barros Manzano

Formado profesionalmente en Granada como Técnico Superior en Electrónica y en Administración de Sistemas Informáticos.

Tiene experiencia como freelance en el desarrollo, gestión y posicionamiento de sitios webs, tanto a nivel on-page como off-page, siendo webmaster de varias webs.

Actualmente ejerce como especialista SEO en la agencia Idento Marketing y Desarrollo Web, desempeñando funciones de consultoría, auditoría, analítica web y linkbuilding, tanto para clientes como para la propia Agencia.



PROGRAMA

I. Introducción al Marketing Digital. Conceptos Generales. El entorno web. Comercio electrónico

A

INTRODUCCIÓN, FUNDAMENTOS, MÉTRICAS Y MODELOS DE PAGO

- Introducción al marketing digital
 - Definición
 - Evolución
 - Comparativa frente al marketing tradicional
 - Características
 - Estudios y cifras
- Fundamentos del marketing online
 - Finalidad: branding y conversión
 - Algunas técnicas y herramientas
 - Introducción a la analítica
- Métricas: coste, ratio y unidades. Ejemplos.
- Modelos de pago: CPM, CPC, CPL, CPA...

B

EL ENTORNO WEB. TIPOS DE WEB. NAVEGACIÓN Y USABILIDAD

- El entorno web:
 - Elementos del entorno web: el sitio y las páginas.
 - HTML: el lenguaje web.
 - Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
 - Plataformas más comunes: Joomla, Wordpress y Wix
 - Conceptos sobre servidores: Dominio y Hosting



PROGRAMA

- Tipos de web
 - Según su finalidad: publicitarias, corporativas, tiendas a medida, sitios sociales, otras.
 - Plataformas recomendadas para cada tipo de web
- Navegación y usabilidad
 - ¿Qué es la usabilidad y la experiencia de usuario?
 - Investigación y conceptualización.
 - Arquitectura de la información.
 - ¿Cómo aplico la arquitectura de la información?
 - Diseño de la interfaz.
 - Principios del diseño de interfaces.
 - Componentes de una interfaz.
 - Buenas prácticas móvil.
 - Fases del diseño de interfaces.
 - Análisis.

C

COMERCIO ELECTRÓNICO

- Un poco de historia
- Concepto y definición
- Evolución y cifras
- Tipos de comercio electrónico: B2C, B2B y A2C
- Objetivos y estrategias
- La venta de productos y servicios: disponibilidad del producto, logística, formas de pago, servicios preventa y posventa



PROGRAMA

II. Medios Publicitarios Digitales I

A

POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

- Introducción y objetivos del bloque
- Los motores de búsqueda: evolución y últimas actualizaciones
- Principales factores de posicionamiento SEO
 - Internos: SEO on-page
 - Externos: SEO off-page
- Algunas herramientas SEO. Visión básica.
- Como planificar una estrategia SEO

B

MARKETING EN BUSCADORES (SEM)

- Introducción a la publicidad en buscadores. Fundamentos básicos.
- Definiciones, conceptos y métricas clave.
- Principales plataformas del marketing en buscadores.
- Google Ads. Creación de una sencilla campaña para el buscador Google.
- Microsoft Advertising (Bing Ads). La plataforma publicitaria de los buscadores Bing y Yahoo! Similitudes y diferencias con Google Ads.
- Consejos de gestión y optimización de campañas SEM.

C

PUBLICIDAD DE DISPLAY Y VÍDEO. AFILIACIÓN

- Introducción a la publicidad de display
- Formatos publicitarios de display
- Los agentes: el anunciante, la red publicitaria y el soporte
- Objetivos. Desde el branding al retargeting.
- Segmentación. Targeting de sitios y de audiencias
- La publicidad de vídeo
- La publicidad de afiliación

PROGRAMA

III. Medios Publicitarios Digitales II

A

SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM) Y SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION (SMO)

- Introducción al Social Media
- Principales plataformas de Social Media en España: Facebook, Twitter y LinkedIn
- El fenómeno Instagram con Fashion blogs
- Monetización: como rentabilizar tu negocio en las redes sociales
- Optimización y medición de las redes sociales. Visión básica.
 - Generación de contenido
 - Estrategia de captación de visitas vs Incremento de seguidores
 - Rotación del público objetivo.

B

EMAIL MARKETING

- Introducción y objetivos del bloque
- El paralelismo entre el email y un punto de venta físico
- Las fases del emailing
- Métricas de email
- La lista o base de datos
- El remitente y el asunto
- El contenido del email
- La programación horaria
- Testeo de emails. Test A/B
- Autorrespondedores
- Principales plataformas y herramientas para email
- Caso práctico: Sencilla campaña de email marketing con MailChimp



PROGRAMA

C

MOBILE MARKETING. ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS PARA EL ENTORNO MÓVIL

- Introducción y objetivos del bloque
- El mercado "mobile". Situación actual. Datos
- ¿Qué es el marketing móvil o "mobile advertising"?
- Aspectos técnicos a considerar (pantalla, sistema operativo, red, aplicaciones, localización)
- El medio móvil (sitios web móviles vs apps)
- Planificación de medios "mobile" (sem, seo, display, video, social media, sms...)
- Recomendaciones sobre usabilidad y test
- Modelos de negocio "mobile"

IV. Análisis, optimización y conversión. Estrategia y Plan de Marketing Digital

A

ANÁLISIS, MEDICIÓN, OPTIMIZACIÓN Y CONVERSIÓN. HERRAMIENTAS Y TESTS

- Introducción y objetivos del bloque
- ¿Por qué debemos medir? ¿Qué es la analítica y quién la usa?
- Midiendo conversiones
 - Macro y microconversiones
 - Píxeles de conversión
 - Análisis de rentabilidad
 - Análisis de coste por lead
 - Análisis de campañas SEO/SEM/Display/Email
 - Embudos de conversión
 - Análisis multicanal
 - Seguimiento de llamadas: cómo hacerlo, teléfonos virtuales.



PROGRAMA

- Principales herramientas de analítica
- Google Analytics. Visión básica.
 - Como crear una cuenta
 - Principales datos que podemos medir
- Otras herramientas de analítica: analítica social y mobile
- Optimización web
- Test A/B y Multivariantes.

B

EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

- Introducción y objetivos del bloque
- Definición de los objetivos digitales
- Investigación del mercado online
- El público objetivo
- La estrategia digital
- Programación de acciones
- Estimación de costes y resultados

V. Casos prácticos

- El alumno hará varios casos prácticos durante todo el curso, trabajando el entorno web y los diferentes medios publicitarios digitales sobre una web existente.
- Al final del curso, el alumno diseñará la estrategia y el plan de marketing digital para su propio sitio web o negocio.



PRECIO

Matrícula de **490 €**, precio final.

Se puede elegir un único pago o fraccionado en dos plazos. El pago fraccionado es compatible con los descuentos.

Descuento adicional de un 10% por matrícula anticipada (consultar fechas en la web) acumulable a otros descuentos.

Colectivos 441 € (10% de Descuento)

- **Personas en situación de desempleo** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del justificante de demanda de empleo en vigor).
- **Profesionales autónomos** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del último pago a autónomos).
- **Alumnos y antiguos alumnos de la UNED y Fundación UNED** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del título del curso realizado o una copia escaneada del pago de matrícula del curso que está realizando).
- **Personal UNED** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del carné de empleado de la UNED).
- **Personas con discapacidad del 33% o superior** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del certificado de discapacidad).

Antiguos Alumnos 392 € (20% de Descuento)

Antiguos alumnos de los cursos de Community Management, Competencias Tecnológicas para Community Managers, E-commerce, Inbound Marketing, Usabilidad y Experiencia de Usuario, Publicidad en Redes Sociales, Analítica Web y Certificación Google Analytics, Google AdWords (Google Ads), Bing Ads y certificaciones de Google y Microsoft, Gamificación y Storytelling de la Fundación UNED.

Trabajadores en Activo 490 € (100% Bonificable)

Curso 100% bonificable a través de la [FUNDAE](#) (antigua F. Tripartita). El curso es abonado por la empresa, para su trabajador, mediante créditos formativos.

Al formalizar la matrícula, puede seleccionar que la Fundación UNED se haga cargo, en nombre de su empresa, de la tramitación de la bonificación en la FUNDAE. Esta gestión supone un incremento de un 10% de la matrícula, importe que también será bonificado como coste del curso.

Más información: gestion.bonificaciones@fundacion.uned.es

MATRÍCULA E INSCRIPCIÓN

Próxima edición:

28/02/2022 – 30/06/2022 (matrícula hasta 21/02/2022)

Inscripción

Podrás formalizar tu matrícula vía telemática en la página web del curso www.cursosmarketingonlinefuned.com o bien en la página oficial de la Fundación UNED www.fundacion.uned.es.

Información Académica (10-14h L-V)

Tel. 91 169 70 97 | mariana.blazquez@cursosmarketingonlinefuned.com
www.cursosmarketingonlinefuned.com

Información Matrícula Fundación UNED

Tel. 91 386 72 76 | www.fundacion.uned.es

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)



Fundación Uned