



MÁSTER EN
**FORMACIÓN PERMANENTE EN
MARKETING DIGITAL**

FORMACIÓN ONLINE

www.ceiforestudios.com



UTAMED
UNIVERSIDAD

Supervisado por
CU Centro Universitario
SA Santa Ana

¿POR QUÉ CEIFOR ESTUDIOS?

Somos una empresa dedicada a la enseñanza, con una amplia experiencia en el área de la formación y el aprendizaje continuo, que también elabora material didáctico propio.

Ofrecemos programas formativos de alta calidad que permiten un óptimo desarrollo académico del alumno.

Nuestro espectro de actuación abarca idiomas, formación para el empleo, formación para el desarrollo, apoyo al estudio y preparación para oposiciones estatales, autonómicas y locales. Además, **preparamos contenidos educativos para empresas**, tanto en papel como en formato interactivo. Nuestro **sistema e-Learning**, basado en las últimas tecnologías, te permitirá aprender sin desplazarte de casa y

con gran flexibilidad horaria para que seas tú quien decida en qué momento del día estudiar. Prestamos **seguimiento personalizado a cada alumno**, de manera que siempre tendrás a disposición un tutor que evaluará tus progresos y te asesorará si deseas profundizar en los contenidos. Todo ello garantizará que adquieras una experiencia de aprendizaje única.

Nuestro equipo humano está compuesto por especialistas que te guiarán en tu formación teórica y práctica, personal informático que trabaja para adaptarse a las últimas tecnologías del mundo de la enseñanza, profesores que guiarán tu aprendizaje en tu día a día y pedagogos que te orientarán hacia tu futuro.

CERTIFICACIONES



- Centro examinador oficial del **Trinity College London** con número de registro 47455
- Centro Colaborador e inscrito de la **Junta de Andalucía** con número de registro 4372 en el Registro de Centros y Entidades Colaboradoras de Formación
- Profesional para el Empleo del **Servicio Andaluz de Empleo de la Consejería de Empleo** con número de Centro 44106 dentro de dicho Registro
- Agencia de colocación autorización nº 9900000601.

MÁSTER

Centro responsable: UTAMED (Formación Permanente)

Objetivos:

- Desarrollar competencias

Es un programa avanzado orientado a profesionales que desean liderar estrategias de crecimiento en entornos digitales altamente competitivos. El máster ofrece una visión integral del ecosistema digital, combinando fundamentos estratégicos, dominio técnico de herramientas y capacidad analítica para la toma de decisiones basada en datos.

- Integrar y Capacitar

El programa prepara para comprender el comportamiento del consumidor digital, construir experiencias de usuario orientadas a conversión, gestionar campañas de alto rendimiento y aplicar criterios éticos y normativos en el uso de datos y tecnologías emergentes. Desarrolla habilidades transversales como pensamiento crítico, liderazgo digital, comunicación persuasiva y capacidad de innovación. Capacita a los participantes para asumir roles estratégicos en departamentos de marketing, agencias digitales, proyectos emprendedores y consultoría, aportando una visión actualizada, analítica y orientada a resultados del marketing digital contemporáneo.

DIRIGIDO A

Titulados superiores que estén o deseen estar en contacto con el mundo del marketing digital, la publicidad digital o las nuevas tecnologías, así como a profesionales de otras áreas que quieran profundizar en el aprendizaje de este apasionante mundo o desarrollar sus carreras profesionales en este ámbito.

FICHA TÉCNICA



CRÉDITOS
60 ECTS



MODALIDAD
PRÁCTICO / ONLINE



INICIO DE CLASES
A ELEGIR



TUTORÍAS
PERSONALIZADAS



CURSO INICIAL
ONLINE



REQUISITO
MÁS DE 18 AÑOS

REQUISITO

- Titulación de grado
- Experiencia profesional acreditada (mínimo 3 años de experiencia en puestos con competencias mínimas de Grado o equivalente). Los alumnos que accedan al máster mediante esta vía, verán reconocidos los créditos de prácticas profesionales obligatorias



METODOLOGÍA



100% Online

Podrás estudiar desde cualquier lugar del mundo



100% Formación

E-learning se realiza con las últimas tecnologías.



100% Acompañado

Contarás con tus tutores todos los días de la semana



100% Práctico

Evaluación continua al finalizar cada asignatura



100% Didáctico

Se actualizan constantemente para una mejor experiencia



100% Flexible

Estudia a tu ritmo con programas formativos de alta calidad.

COMPETENCIAS



1 Competencias generales

Comunicación efectiva, liderazgo y trabajo colaborativo; pensamiento crítico; aprendizaje autónomo.



2 Competencias específicas

Diseño de discursos y presentaciones, técnicas de oratoria y control escénico, argumentación y retórica aplicada, comunicación en crisis y portavocía, comunicación intercultural e inclusiva, voz, dicción y prosodia, evaluación del impacto comunicativo (KPI).



3 Competencias transversales

Ética, responsabilidad social, uso crítico de IA generativa y multimedia.

PLAN DE ESTUDIOS

- Módulo 1** Marketing: Entorno actual del marketing digital
- Módulo 2** Estrategia y plan del Marketing Digital
- Módulo 3** El Marketing Mix
- Módulo 4** Inbound Marketing
- Módulo 5** El Consumidor y su psicología
- Módulo 6** Marketing de contenidos
- Módulo 7** Canales
- Módulo 8** La evolución
- Módulo 9** Medición, análisis y fidelización
- Módulo 10** Técnicas Avanzadas y la automatización
- Módulo 11** Herramientas del marketing digital
- Módulo 12** Estrategias en Social Ads
- Módulo 13** Google Ads
- Módulo 14** Facebook, Instagram, WhatsApp
- Módulo 15** LinkedIn, Twitter, Pinterest, Snapchat, Tumblr, Tik Tok
- Módulo 16** Remarketing
- Módulo 17** Medición de rendimiento
- Módulo 18** Google Analytics
- Módulo 19** Mobile Marketing
- Módulo 20** SEO
- Módulo 21** Email Marketing y CRM
- Módulo 22** Prácticas curriculares
- Módulo 23** Trabajo final de máster

Módulo 1

MARKETING: ENTORNO ACTUAL DEL MARKETING DIGITAL

- Transformación del marketing en la era digital
- Ecosistema digital y plataformas clave
- Consumidor digital y comportamiento online
- Modelos de negocio digitales
- Estrategia y planificación en marketing digital

Módulo 2

ESTRATEGIA Y PLAN DEL MARKETING DIGITAL

- Fundamentos de la estrategia digital
- Análisis del entorno y auditoría digitalReinversión en la vivienda habitual y beneficios extraordinarios
- Definición de objetivos y KPIs estratégicos
- Diseño del plan de marketing digital
- Implementación, control y optimización del plan

Módulo 3

EL MARKETING MIX

- Evolución del Marketing MixTransparencia fiscal internacional
- Producto en el entorno digital
- Precio y estrategias de monetización
- Distribución y canales digitales
- Comunicación y promoción
- Las P ampliadas del marketing moderno
- Aplicación práctica del Marketing Mix

Módulo 4

INBOUND MARKETING

- Fundamentos del Inbound Marketing
- Atracción: contenidos y visibilidad orgánica
- Conversión: de visitante a lead
- Cierre: automatización y nutrición de leads
- Fidelización y deleite del cliente
- Analítica y medición del Inbound Marketing
- Implementación práctica del Inbound Marketing

Módulo 5

EL CONSUMIDOR Y SU PSICOLOGIA

- Fundamentos de la psicología del consumidor
- Sesgos cognitivos y heurísticos en el comportamiento del consumidor
- Segmentación psicológica y perfiles de consumidor
- Psicología del consumidor digital
- Psicología de la experiencia de usuario (UX)
- Psicología de la fidelización y del comportamiento post compra
- Aplicación práctica de la psicología del consumidor

Módulo 6

MARKETING DE CONTENIDOS

- Marketing de Contenidos
- Estrategia de contenidos
- Creación de contenidos
- Distribución y amplificación del contenido
- SEO y marketing de contenidos
- Analítica y medición del marketing de contenidos
- Implementación práctica del marketing de contenidos

Módulo 7

CANALES

- Introducción a los canales digitales
- SEO como canal de adquisición orgánica
- SEM y Paid Search
- Social Media como canal de comunicación y adquisición
- Email Marketing y CRM
- E commerce y marketplaces como canales de venta
- Display, vídeo y programática
- Automatización y canales inteligentes
- Evaluación y optimización de canales

Módulo 8

LA EVOLUCIÓN

- Evolución histórica del marketing
- Transformación digital del marketing
- Evolución de las plataformas y tecnologías
- Evolución del consumidor
- Evolución de las estrategias de marketing
- Evolución de la medición y la analítica
- Aplicación práctica: análisis de la evolución de una marca

Módulo 9

MEDICIÓN, ANÁLISIS Y FIDELIZACIÓN

- Fundamentos de la medición en marketing digital
- Analítica digital aplicada
- Modelos de atribución y toma de decisiones
- Fundamentos de la fidelización del cliente
- Automatización y personalización para la fidelización
- Advocacy y prescripción
- Implementación práctica de medición, análisis y fidelización

Módulo 10

TÉCNICAS AVANZADAS Y LA AUTOMATIZACIÓN

- Fundamentos de la automatización en marketing digital
- Automatización del ciclo de vida del cliente
- Técnicas avanzadas de segmentación y personalización
- Inteligencia artificial aplicada al marketing
- Técnicas avanzadas de optimización
- Integración tecnológica y ecosistemas conectados
- Implementación práctica de técnicas avanzadas y automatización

Módulo 11

HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL

- Introducción al ecosistema de herramientas digitales
- Herramientas de investigación y análisis de mercado
- Herramientas de creación de contenido
- Herramientas de gestión de redes sociales

- Herramientas de SEO y SEM
- Herramientas de email marketing y automatización
- Herramientas de analítica y medición
- Herramientas de optimización y experimentación
- Implementación práctica con herramientas digitales

Módulo 12

ESTRATEGIAS EN SOCIAL ADS

- Fundamentos de Social Ads
- Estrategia y planificación de campañas
- Segmentación y audiencias avanzadas
- Creatividades para Social Ads
- Optimización y escalado de campañas
- Integración con otras áreas del marketing digital
- Implementación práctica de Social Ads

Módulo 13

GOOGLE ADS

- Introducción a Google Ads
- Campañas de búsqueda (Search Ads)
- Campañas de Display
- YouTube Ads
- Google Shopping y Performance Max
- Estrategias de puja y automatización
- Medición, atribución y optimización
- Implementación práctica de Google Ads

Módulo 14

FACEBOOK, INSTAGRAM, WHATSAPP

- Ecosistema Meta: visión estratégica
- Estrategias orgánicas en Facebook e Instagram
- WhatsApp como canal de marketing y atención
- Meta Ads: fundamentos y estructura
- Creatividades para Facebook e Instagram Ads
- Optimización y escalado en Meta Ads
- Integración entre Facebook, Instagram y WhatsApp
- Implementación práctica en Meta

Módulo 15

LINKEDIN, TWITTER, PINTEREST, SNAPCHAT, TUMBLR, TIKTOK

- Panorama general de las plataformas sociales
- LinkedIn: marketing profesional y B2B
- Twitter/X: actualidad, conversación y reputación
- Pinterest: inspiración, descubrimiento y tráfico cualificado
- Snapchat: contenido efímero y audiencias jóvenes
- Tumblr: creatividad, nichos y cultura digital
- TikTok: vídeo corto, viralidad y cultura algorítmica
- Integración multicanal y sinergias entre plataformas
- Implementación práctica en plataformas múltiples

Módulo 16

REMARKETING

- Fundamentos del remarketing
- Datos y audiencias para remarketing
- Remarketing en Google Ads
- Remarketing en Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp)
- Remarketing en TikTok, LinkedIn y otras plataformas
- Estrategias avanzadas de remarketing
- Medición y optimización del remarketing
- Implementación práctica del remarketing

Módulo 17

MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO

- Fundamentos de la medición del rendimiento
- Herramientas y sistemas de medición
- Medición del rendimiento por canal
- Medición del rendimiento del funnel
- Modelos de atribución y análisis avanzado
- Optimización del rendimiento
- Reporting y visualización del rendimiento
- Implementación práctica de la medición del rendimiento

Módulo 18

GOOGLE ANALYTICS

- Introducción a Google Analytics 4
- Implementación y configuración técnica
- Informes estándar y análisis básico
- Exploraciones avanzadas en GA4
- GA4 para e commerce
- Atribución y medición avanzada
- Dashboards, reporting y visualización
- Implementación práctica de GA4

Módulo 19

MOBILE MARKETING

- Introducción al Mobile Marketing
- Web móvil y experiencia mobile first
- Apps móviles: estrategia y crecimiento
- Notificaciones push, SMS y mensajería
- Geolocalización y marketing basado en contexto
- Publicidad móvil y formatos avanzados
- Medición y analítica móvil
- Implementación práctica de Mobile Marketing

Módulo 20

SEO

- Fundamentos del SEO
- Investigación de palabras clave
- SEO on page y optimización de contenidos
- SEO técnico
- SEO off page y autoridad
- SEO para e commerce
- Medición, análisis y reporting SEO
- Implementación práctica de SEO

Módulo 21

EMAIL MARKETING Y CRM

- Fundamentos del Email Marketing y el CRM
- Estrategias de Email Marketing
- Segmentación y personalización
- Automatización del marketing
- CRM: estrategia, datos y relación con el cliente
- Integración multicanal
- Implementación práctica de Email Marketing y CRM

Módulo 22

PRÁCTICAS EXTRACURRÍCULARES

Módulo 23

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

PARA MÁS INFORMACIÓN



www.ceiforestudios.com



Sellos Representativos

<p>Ceifor Estudios</p>  <p>emagister:</p>	<p>Ceifor Estudios</p> <p>EXCELENTE</p> <p>★ 4,3/5</p> <p>emagister:</p>
--	--