

Plan de Estudios Curso 2025

#h

Máster de **Marketing Digital**

Un programa formativo especializado con
compromiso de contratación



El marketing digital es una disciplina en constante evolución. En nuestro máster, aprenderás a dominar las herramientas clave en áreas fundamentales como UX, SEO, CRO y e-commerce, convirtiéndote en un profesional capacitado para destacar en el sector.

Te acompañamos en el desarrollo de tu propio proyecto digital, guiándote desde la concepción de la idea hasta la presentación final de la propuesta ante un cliente potencial. Diseñarás estrategias de posicionamiento efectivas y aprenderás a comunicar con impacto en cada etapa del proceso.

Nuestro enfoque te prepara para enfrentar con éxito los desafíos del entorno actual en una agencia digital. ¡Sigue leyendo para conocer el plan de estudios completo!

1. Proyecto Digital

- Desarrollo de un Plan de Proyecto
 - Análisis y *benchmarking* de competencia
 - Estrategia de comunicación y canales
 - Definición de la línea de acción
-

2. Usabilidad, experiencia de usuario (UX) e interfaz de usuario (UI)

- Investigación y análisis
- Conceptualización e ideación del proyecto
- Prototipado
- Sistemas de Diseño y User Interface
- Proyecto final en Figma



3. SEO (Search Engine Optimization)

- Introducción al SEO y keyword research
- Aplicación del KR y contenidos
- SEO on page
- Core Web Vitals y SEO off page
- SEO local y SEO internacional
- Herramientas SEO y sus usos
- Auditorías e informes SEO
- Migraciones SEO
- SEO en medios de comunicación
- SEO en la actualidad (IA, otras plataformas...) y casos reales



4. Google Ads - Social Ads

- Google Ads
 - Introducción al SEM. Estrategia y objetivos de las campañas. Métricas principales
 - Estructuración, segmentación y palabras clave
 - Tipos de campañas: search, shopping, PMax, display, YouTube
 - Anuncios, extensiones, landing pages
 - Estrategias de puja
 - Seguimiento de conversiones, medición y atribución
 - Optimización Google Shopping, Google Merchant y PMax
 - API, Google Ads Editor, planificador de rendimiento
 - Optimización de campañas, automatización y reporting
 - Optimización Red de Display, Discover y Youtube. Local campaigns
 - Preguntas de examen y realización del examen de certificación
- Paid Social
 - Estrategia en Social Ads
 - Meta Ads: publicidad en Facebook e Instagram
 - LinkedIn Ads, TikTok Ads y otras plataformas Social Ads
 - Optimización y reporting de campañas



5. Analítica web

- Qué es la analítica digital y conceptos principales
- Visión de herramientas: Google Analytics, Matomo, Adobe Analytics
- Herramientas de analítica cualitativa
- Métricas y dimensiones
- Informes estándar y consulta de información
- Informes personalizados
- Implementación de conversiones
- Implementación Enhanced e-commerce
- GTM
- Looker Studio
- Google Cloud y Big Query



6. CRO

- ¿Qué es CRO?
 - Análisis de herramientas cuantitativas y cualitativas
 - Diseño de hipótesis
 - Priorización de acciones
 - Ejecución de acciones, test A/B y mapas de calor
 - Análisis de resultados
 - Ejemplos de casos prácticos
-

7. Desarrollo y sistemas

- Introducción a la tecnología y su evolución
- Cómo funciona la web
- Lenguajes de programación
- Bases de datos
- Plataformas tecnológicas e-commerce
- Opensource
- Productos y fabricantes
- Diferentes aplicaciones (móvil, web, headless...)
- Fases de la gestión de un proyecto e-commerce
- Caso práctico en una tecnología e-commerce
- Sistemas
- Principios del alojamiento Web
- Gestión de dominios y DNS
- Sistemas en alta disponibilidad
- Seguridad web



8. Comunicación con cliente

- Introducción a la comunicación con el cliente
- Comunicación digital
- Tipologías de clientes
- Posicionamiento y mensajes clave
- Propuesta de valor
- Experiencia de cliente
- Gestión de la reputación online
- Estrategias de fidelización de clientes
- Tendencias y novedades en la comunicación con el cliente