



Marketing Digital y Redes Sociales

En un mundo impulsado por la tecnología y la interconexión global, el papel del marketing digital y las redes sociales se ha vuelto fundamental en la estrategia empresarial. La era digital ha transformado la forma en que las empresas se comunican, se relacionan y conectan con sus audiencias. Ya no es suficiente tener una presencia en línea, sino que es esencial saber cómo aprovechar al máximo las herramientas digitales y las plataformas de redes sociales para prosperar en la actual configuración de los sistemas económicos.

El Máster en Marketing Digital y Redes Sociales es una respuesta a la creciente demanda de profesionales altamente calificados en este campo. Esta formación representa una inversión en el futuro e incluso actual debido a que las estrategias digitales eficaces marcan la diferencia entre el éxito y la obsolescencia. La habilidad para aprovechar, entre otros, el poder de las redes sociales, la analítica de datos, el SEO, la experiencia-cliente, el contenido multimedia y la publicidad en línea es esencial para destacar en el competitivo mercado actual.

Este Máster de Formación Permanente está dirigido a todos aquellos candidatos con titulación universitaria (graduados/licenciados), especialmente aquellos procedentes de las áreas de Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Publicidad, Periodismo o Derecho.

Al finalizar este programa, los titulados estarán preparados para desempeñar roles clave en el ámbito del marketing y las redes sociales, en concreto podrán:

- Trabajar como especialistas en marketing digital, desarrollando estrategias, campañas y contenido para promover productos en línea.
- Administrar y optimizar la presencia de una empresa en las redes sociales, aumentando la interacción y la visibilidad de la marca.
- Analizar datos y métricas para tomar decisiones informadas y mejorar el rendimiento de las estrategias de marketing en línea.
- Trabajar en la optimización de sitios web y contenido para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda.
- Desarrollar estrategias de contenido efectivas que atraigan, retengan y conviertan audiencias en línea.
- Planificar y ejecutar campañas publicitarias en línea en plataformas como Google Ads, Facebook Ads y más.
- Asesorar a empresas en la creación de estrategias digitales efectivas y en la implementación de soluciones personalizadas.
- Poner en marcha proyectos de emprendimiento digital.
- Dirigir la estrategia de comunicación digital de una organización, garantizando una presencia efectiva en línea y una sólida gestión de la reputación.



Características de este Máster

 5	Inicio: Octubre		Lugar: Escuela de Posgrado C/ Tutor nº 35 (Argüelles)
 E C S	Duración: 9 meses (octubre-junio)		Modalidad: Presencial
	Idioma: Español		Director: D. Juan Carlos García Villalobos garvil@ceu.es
	Horario: Viernes 15-21h Sábado 9-15h		Coordinador: D ^a . Coral Cenizo Ruiz Bravo coral.cenizoruizbravo@ceu.es

Profesorado

El claustro de este programa está compuesto por más de 30 profesionales de marketing y del mundo digital en activo, con una experiencia profunda y diversa en el sector, entre ellos expertos y directivos de empresas nacionales e internacionales como Amazon, Telefónica, Lego, Axa, Accenture, Leroy Merlin y muchas otras.

Además de estos profesionales del mundo laboral, el claustro se complementa con expertos de la Universidad CEU San Pablo que aportan una sólida formación académica y conocimiento profundo en la materia.

Para garantizar un aprendizaje efectivo y el apoyo necesario, los estudiantes tendrán la oportunidad de ponerse en contacto con el profesorado para resolver dudas o programar tutorías. Este proceso se facilita a través de las herramientas de comunicación disponibles en la plataforma del Campus Virtual.

[Enlace web Profesorado](#)



Plan de estudios

TIPO	CRÉDITOS
OBLIGATORIAS	48 ECTS
PRÁCTICAS EXTERNAS	9 ECTS
TRABAJO FIN DE MÁSTER	3 ECTS
TOTAL	60 ECTS

PROGRAMA FORMATIVO	ECTS (60)
Ecosistema Digital	3
Investigación de mercados (<i>e-research</i>)	3
Creación y Financiación de Startups. Migración de empresas al entorno digital	3
El plan de marketing online y su integración en la empresa	3
Innovación, Diseño Web y User Experience (UX)	3
Comercio Electrónico (E-Commerce, E-CRM)	3
Posicionamiento en Buscadores (SEO y SEM)	3
Estrategias de Fidelización (Engage Marketing)	2
Creatividad Digital y Marketing de Contenidos	3
Mobile Marketing	3
Social Media Marketing	3
Entorno Jurídico en Internet	3
Estrategias de Captación y Conversión (<i>Inbound Marketing</i>)	3
Analítica. Métricas de Rendimiento On-Line	3
Big Data. Tratamiento y Análisis de la Información	3
ORM – Online Reputation Marketing y Herramientas de Monitorización	3
Seminarios	1
PRÁCTICAS EXTERNAS	9
TRABAJO FIN DE MÁSTER	3



Metodologías Docentes - Actividades Formativas

El enfoque pedagógico del Máster se basa en un proceso de aprendizaje que construye la experiencia de los estudiantes en varios niveles, brindándoles una formación completa y aplicable. Se da prioridad a la clase basada en la práctica y la metodología colaborativa, evitándose extensos contenidos teóricos e incidiendo en la realización de casos en clase y su discusión con gran interacción entre el alumnado.

Además, los estudiantes tendrán la oportunidad de participar en seminarios con profesionales de primer nivel que brindan una conexión directa con expertos y permiten a sus destinatarios mantenerse actualizados con las últimas tendencias y prácticas en el marketing digital y las redes sociales.

Sistemas y Criterios de Evaluación

El sistema de evaluación de las asignaturas está diseñado para proporcionar una evaluación equitativa y completa de los conocimientos y habilidades adquiridos por los estudiantes. En este Máster tiene dos componentes que tienen el mismo peso en la configuración de la evaluación final de cada materia:

- Por un lado, la calificación obtenida en la resolución de los casos prácticos propuestos de acuerdo con los criterios fijados por el profesor. A lo largo del programa los estudiantes se enfrentarán a casos prácticos y ejercicios aplicados que reflejan desafíos y situaciones reales de los negocios digitales. Estos ejercicios permiten a los estudiantes aplicar sus conocimientos en entornos simulados, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.
- Por el otro, la calificación obtenida en un examen escrito u oral. Para evaluar la comprensión teórica y conceptual, los estudiantes realizarán exámenes periódicos que cubrirán los aspectos fundamentales de cada asignatura y permitirán a los estudiantes demostrar su conocimiento teórico, así como su capacidad para aplicar conceptos en situaciones particulares.



Prácticas Profesionales

Las prácticas profesionales representan una oportunidad valiosa para que los estudiantes apliquen su conocimiento en situaciones del mundo real, establezcan contactos en el mercado digital y mejoren su empleabilidad.

El Máster incluye prácticas externas obligatorias por un período mínimo de 270 horas en empresas colaboradoras directamente relacionadas con negocios digitales o que desarrollen ámbitos funcionales comprendidos en el Marketing Digital y las Redes Sociales.

Para formalizar la calificación de esta materia se tendrá en cuenta tanto los informes del tutor de la entidad colaboradora y del tutor académico como del propio alumno a través de la cumplimentación de la memoria correspondiente.

Trabajo Fin de Máster

El Trabajo Fin de Máster (TFM) representa una oportunidad para que los estudiantes demuestren su comprensión profunda de los conceptos y su capacidad para aplicarlos en un contexto práctico.

Cada TFM será realizado bajo la supervisión de un tutor académico cuya función es orientar y supervisar al alumno a lo largo de su proceso de elaboración. Esto incluye asesorar al alumno en la toma de decisiones relacionadas con la estructura del trabajo, la metodología de investigación, el tratamiento de los temas y la correcta presentación del proyecto.

Los Trabajos Fin de Máster serán evaluados por tribunales compuestos por tres 3 profesores del programa. Cada TFM recibirá una calificación única, resultado de la siguiente ponderación:

- Contenido y estructura del trabajo: 60%.
- Exposición y defensa ante el tribunal: 40%.