



MicroMáster en Marketing Digital aplicado a la Ingeniería

200 horas (20 ECTS)

Programa

MÓDULO 1: PRIMERA APROXIMACIÓN AL MARKETING DIGITAL	2
MÓDULO 2.1: ACCIONES DE MARKETING DIGITAL	2
MÓDULO 2.2: NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR EL MARKETING ONLINE EN LA INGENIERÍA.....	3
MÓDULO 3: ANALÍTICA Y MEDICIÓN EN EL ENTORNO ONLINE	4
MÓDULO 4: PASOS A SEGUIR PARA IMPLANTAR EL MARKETING DIGITAL EN TU NEGOCIO	4
PROYECTO FINAL.....	5

MÓDULO 1: PRIMERA APROXIMACIÓN AL MARKETING DIGITAL

Duración: 30 horas (modalidad on-line)

3 ECTS

Aprenderás las diferencias existentes entre el marketing tradicional y el que se emplea actualmente para vender cualquier producto.

Programación

1. ¿Qué es el Marketing Digital?
2. Evolución del Marketing Digital.
3. Marketing Online Vs Marketing Offline.
4. Plataformas web.
5. Principales acciones de Marketing Digital.

MÓDULO 2.1: ACCIONES DE MARKETING DIGITAL

Duración: 30 horas (modalidad on-line)

3 ECTS

SEO, Content Marketing, Social Media... son solo algunos de los conceptos que abordarás en este módulo y que te permitirán tener una visión más amplia del marketing online.

Programación

1. Posicionamiento orgánico: spiders de búsqueda, evolución de los buscadores, acciones SEO
2. onpage, SEO offpage, cómo hacer auditoría básica de mi sitio, herramientas SEO, métricas SEO,
3. keyword research.
4. Marketing de contenidos: cómo crear contenidos, selección de temáticas, calendario editorial,

5. trucos para la creación de contenido (uso de etiquetas de heading, negritas, densidad de
6. palabras clave, enlaces, apoyo de contenido multimedia, etc).
7. Social Media: qué es un community manager, principales redes sociales, consejos de gestión por
8. red, herramientas de gestión.
9. Vídeo Marketing.
10. Email Marketing.
11. Google Adwords: búsqueda, display, remarketing.
12. Otras campañas de pago: retargeting, envíos de emails a bd externa, programática, social ads,
13. marketing de afiliación. Aplicaciones técnicas de la tecnología blockchain
14. Blockchain en la empresa: Gobernanza y Consorcios
15. Caso Práctico
16. Examen online

MÓDULO 2.2: NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR EL MARKETING ONLINE EN LA INGENIERÍA

Duración: 40 horas (modalidad on-line)

4 ECTS

A través de este módulo te sumergirás en la metodología Inbound Marketing. Aprenderás todo lo necesario para poder aplicarla en el proceso de comercialización de tus productos y te convertirás en un experto del marketing automatizado.

Programación

1. SEO pilar.
2. Marketing automatizado.
3. Inbound Marketing.

MÓDULO 3: ANALÍTICA Y MEDICIÓN EN EL ENTORNO ONLINE

Duración: 30 horas (modalidad on-line)

3 ECTS

Cuando finalices este módulo comprenderás la importancia de las mediciones en el ámbito del marketing digital. Conocerás Google Analytics, principal herramienta para llevar a cabo dicha tarea y serás capaz de crear los informes pertinentes.

Programación

1. Importancia de la medición.
2. Herramientas destacadas de análisis.
3. Principales KPIS.
4. Recorrido por Google Analytics.
5. Realización de informes periódicos.

MÓDULO 4: PASOS A SEGUIR PARA IMPLANTAR EL MARKETING DIGITAL EN TU NEGOCIO

Duración: 20 horas (modalidad on-line)

2 ECTS

En este módulo contemplarás un ejemplo de aplicación de todas las teorías vistas a lo largo del curso con el que comprender globalmente la integración del marketing digital en un negocio.

Programación

1. Objetivos a conseguir.
2. Acciones de Marketing Digital a implantar según los objetivos.
3. Herramientas a utilizar en la estrategia.

PROYECTO FINAL

Duración: 50 horas (modalidad on-line)

5 ECTS

Sólo incluido con la selección del Certificado de Universidad Isabel I. De carácter obligatorio para la obtención del título, será corregido por el director del MicroMáster.



INCUBICON ES UNA INICIATIVA DE SOLUCIONES INTEGRALES DE FORMACIÓN
Y GESTIÓN STRUCTURALIA, S.A.