Universidad Pontificia de Salamanca

Máster de Formación Permanente en

Marketing Digital

Curso 23/24

Modalidad Online

Datos básicos

Créditos ECTS: 60
Modalidad: Online
Tipo de posgrado: Máster en Marketing Digital
Idioma en el que se imparte: Castellano
Dirigido a: Egresados de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. También atractivo para para egresados de Ciencias de la Educación, Cafyd e Ingeniería Informática con el objetivo de depurar y aumentar sus competencias en estrategias comunicativas. Perfiles que busquen integrar el marketing en proyectos digitales o que incluyan una parte digital, ya sea dentro de una empresa o poniendo en marcha sus propios proyectos. Su modalidad online permite la admisión de alumnos de España y de Latinoamérica.
Calendario: Del 2 de octubre de 2023 a 28 de junio de 2024
Centro en el que se imparte: Facultad de Comunicación
Horarios: Sesión síncrona de lunes a jueves de 19:00 a 20:30, además de contenido asíncrono y tutorías durante la semana.
Director responsable de la titulación: María Elena Rodríguez Benito
Email: mastermarketingdigital@upsa.es
Coordinadores: Laura Pacheco Barriga

Breve descripción de la titulación

El MÁSTER EN MARKETING DIGITAL responde a la creciente demanda en el sector de la comunicación de profesionales que compaginen la producción de contenidos digitales con las estrategias comunicativas y comerciales de empresas y organizaciones en el ámbito digital. El alumno estará habilitado para el desempeño técnico de las tareas ligadas al marketing digital y sus herramientas, pero sobre todo para entender el proceso de creación de valor necesario para la rentabilidad de los proyectos.

Las asignaturas se abordarán desde un enfoque triple: teórico, impartido por un profesional de la academia, un caso práctico en el que se verán las herramientas y programas utilizadas por la industria y que será presentado por un profesional y/o emprendedor y por una tercera parte en la que un profesional proveniente de agencia o consultoría analiza la universalidad de las soluciones presentadas, teniendo en cuenta la diversidad de sectores y modelos de negocio y sus límites éticos y legales.

El último módulo corresponde al Trabajo de fin de Master o TFM en el que el alumno puede elegir tres orientaciones: trabajo académico de investigación, elaboración de una memoria de prácticas profesionales o la elección y capacitación en una serie de herramientas o “stack”.

Módulos y créditos

Master en Marketing Digital	ECTS 60

Módulo 1: Nombre del Módulo	ECTS 24
1.1. Estrategia y modelos de negocio digital	9
1.2. La oferta de productos y servicios online	6
1.3. El cliente digital	9

Módulo 2: Nombre del Módulo	ECTS 30
2.1. Estrategias de captación orgánica: SEO	6
2.2. Inbound Marketing y redes sociales	6
2.3. Email marketing y CRM	6
2.4. Estrategias y planificación de medios digitales pagados	6
2.5. Métricas de negocio digital	6

Módulo 3: TFM	ECTS 6
2.1. TFM	6

Profesorado

Ángel Benito Rodero. Abogado especializado en protección de datos personales e IT , con 20 años de experiencia en empresas de internet y telecomunicaciones.
Antonio Bernal Dionis. CEO y fundador de tthegap, agencia de publicidad 360ª. Especialista en transformación digital.
Ignacio Bruyel. 15 años de experiencia en comunicaciones de marketing, marketing digital y comercio electrónico. Actualmente, e-commerce B2B global y socios digitales en Signify (anteriormente conocida como Philips Lighting).
Rebeca Cordero Gutierrez. Profesora en la facultad de informática en la UPSA. Imparte docencia en diferentes cursos de grado y posgrado relaciona con el marketing digital, y el ámbito de la empresa.
Elena Fernández Blanco. Profesora titular en la UPSA en el ámbito de la comunicación publicitaria y de las marcas.
Francisco Galveias Copeto. Co-fundador de IsAuraMedia Marketing Digital. Especializado en la creación de estrategias de Marketing Digital para clientes internacionales.
José Carlos Gómez. Responsable de ecommerce y marketing digital en Perfumerías Avenida. Especialista en SEO con más de 15 años de experiencia.

José Humanes. Doctorando en TIC en Universidad Rey Juan Carlos, (E-learning y Accesibilidad). Profesional del Social Media con experiencia en planificación de estrategias online, coordinación de equipos, responsable de proyectos, consultor de Marketing Digital.
Raquel Jiménez: Directora comercial y de desarrollo de negocio en Smartup Agencia Digital. Más de 15 años de experiencia en desarrollo de estrategias de marketing online para diferentes tipos de clientes e industrias.
Lucía Martín Gómez. Profesora Ayudante en la UPSA (facultades de Comunicación e Informática). Graduada en Ingeniería Informática y Máster de Sistemas Inteligentes por la Universidad de Salamanca. Doctora en Ingeniería Informática desde 2020.
Irene Martin Martín. Profesora encargada de cátedra en la Facultad de Comunicación de la UPSA en el área de gestión de empresa e innovación.
Xavier Miolard. Jefe de Proyecto en Smartup Agencia Digital. Especialista en publicidad digital.
Christian Oliveira Alfonso. Consultor SEO, CRO y analítica digital en Funnel Punk. Nómada digital y creador del blog de viajes Randomtrip.
Laura Pacheco Barriga. Profesora Ayudante en la Facultad de Comunicación de la UPSA. Community manager en el sector editorial.
Mercedes Ramos Gutierrez. Profesora de derecho de la información, derecho audiovisual, derecho publicitario y derecho mercantil en la facultad de Comunicación UPSA.
María Elena Rodriguez Benito. Profesora de Marketing Digital y E-commerce en la Facultad de Comunicación de la UPSA. Amplia experiencia como consultora de marketing digital en distintas agencias y clientes.
Patricia Sánchez Holgado. Docente e Investigadora en Comunicación, tecnología, cultura científica y género. Especialista en Marketing Digital y Data Scientist.
Lorena Salgado. Responsable de Marketing - CMO en U4Impact. Cofundadora de Fanethics. Especialistas en Copywritting y email marketing.
Aleyda Solis. Fundadora de la Consultora de SEO internacional Oranti con amplia experiencia (reconocida como Personalidad Europea en Search en 2018 en los European Search Awards). Autora del libro SEO - Las Claves Esenciales (Anaya).
Samantha Specchio. Strategy & Operations Manager en la plataforma de Marketing de Google para EMEA. Más de 10 años de experiencia en el equipo de publicidad de Google.
Alba Sueiro Román. Especialista en comunicación para marcas responsables: copywriting, storytelling y estrategia para conectar, vender y multiplicar el propósito.
Laura Tuero García. Fundadora de Save the Marketing. Especialista en marketing e innovación y creación de productos y servicios digitales.
Nereida Vega Vizuete. Docente y Consultora de Marketing y Negocios. Especialista en gestión de redes sociales para pymes.

Breve CV del Director y los coordinadores

MARÍA ELENA RODRÍGUEZ BENITO (DIRECTORA):

María Elena Rodríguez Benito es profesora ayudante en la UPSA, donde imparte diversas materias relacionadas con la comunicación y el marketing, especialmente marketing digital. Además del marketing digital, sus líneas de investigación incluyen el emprendimiento y la sostenibilidad en el marketing. Su perfil docente se completa con más de 10 años de

experiencia profesional en comunicación y marketing digital en empresas como Proporta LTD, Global Exchange, Internet Advantage, Asociación Española de Startups o SmartUp.

Licenciada en Comunicación Audiovisual y en Publicidad en UPSA, ha completado su formación con tres masters en áreas relacionadas con marketing, comunicación y negocios y con un doctorado en Ciencias Humanas y Sociales (Tesis: Un nuevo marketing para una nueva sociedad: propuesta de un modelo de marketing basado en el concepto del bien común).

LAURA PACHECO BARRIGA (COORDINADORA):

Profesora ayudante en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas (UPSA) con Máster en Comunicación Corporativa (CEU San Pablo). Doctoranda en Innovación en Ciencias Sociales y miembro del grupo de investigación en innovación y creatividad empresarial de la facultad de comunicación. Centra su actividad investigadora en el propósito de las organizaciones y la innovación con impacto social, económico y medioambiental. Complementan su perfil las diferentes experiencias profesionales que ha desarrollado en estrategia y comunicación en el sector editorial, como ejecutiva de cuentas en agencia, como community manager o en la planificación y producción de eventos.