



# **IX PROGRAMA SUPERIOR: COMUNICACIÓN Y MARKETING ONLINE**

## LA ESCUELA DE NEGOCIOS

Nuestra Escuela de Negocios se fundó con la misión principal de dedicar su actividad docente e investigadora al desarrollo del talento directivo y a la mejora de la cualificación técnica de los titulados universitarios, directivos y empresarios que pasan por nuestras aulas.

IEM tiene como objetivo primordial formar a líderes que promuevan la innovación y el cambio en las organizaciones. Empresarios, emprendedores y directivos que busquen la generación de riqueza y bienestar social.

El reconocimiento que obtenemos de las empresas y el grado de colocación de nuestros alumnos constatan los resultados obtenidos.

### NUESTRO OBJETIVO PRIMORDIAL ES FORMAR A LÍDERES QUE PROMUEVAN LA INNOVACIÓN Y EL CAMBIO



Entendemos la formación como una actividad integral y prestamos especial atención al cultivo de actitudes y al desarrollo de capacidades personales, en particular el sentido de responsabilidad, la actitud cooperativa y las habilidades de comunicación y relación.

La Escuela se concibe como un lugar de encuentro de profesionales de todas las procedencias y por ello contamos con la colaboración de los profesionales más prestigiosos de la universidad, la administración pública, despachos profesionales y empresas.

En IEM nos hemos especializado en aquellas áreas de la actividad profesional en las que podemos presentar una oferta formativa con características propias y diferenciadas.

# 2 | IEM

## EL PROGRAMA SUPERIOR

### PRESENTACIÓN

Que el marketing online ha llegado para quedarse, nadie lo duda. Varios factores se han conjugado para que las acciones de comunicación y promoción a través de internet se hayan convertido en una de las áreas de mayor crecimiento, y, **hoy por hoy, no es concebible un plan de marketing sin considerar algún tipo de acción online.**

Ya es un hecho que el **cambio en la mentalidad de los consumidores** ha forzado una evolución en la infraestructura general. Todo indica que, de la mano del incremento del comercio a través de internet, el marketing online se ha convertido en **el canal preferencial**. Y este fenómeno no se da sólo en pequeñas empresas. Las grandes compañías han incrementado también su presencia online, en parte gracias al **crecimiento de las redes sociales**, pero también porque no es posible negar las **grandes ventajas comparativas** del marketing online **con respecto a los canales tradicionales.**

El **Programa Superior en Comunicación y Marketing Online** es un programa **completo e integrado** que permite al alumno convertirse en un **profesional experto en el marketing online**, utilizando las más **novedosas técnicas** de gestión del marketing interactivo y sacando el máximo partido a las herramientas que los social media y las diversas plataformas digitales proporcionan para **comunicar su mensaje a través de la red** de forma eficaz.

### A QUIEN VA DIRIGIDO

Gerentes, Dptos. de Marketing, Publicidad y comunicación, Webmasters, Diseñadores Web, Programadores Web y en general cualquier profesional que se dedica al marketing y quiere profundizar en el marketing online, emprendedores que quieren gestionar ellos mismos su presencia en internet, profesionales de otras áreas que quieran introducirse en el mundo del marketing online e incluso recién licenciados que quieran hacer de esta materia su profesión.

### METODOLOGÍA DE DESARROLLO Y APRENDIZAJE

El Programa Superior en Comunicación y Marketing Online de IEM BUSINESS SCHOOL está diseñado para obtener el máximo aprovechamiento del mismo.

Para ello se combinan clases teóricas con la realización de ejercicios y casos prácticos, trabajo en equipo, vídeos y role-playing, dirigidos y coordinados por profesionales con amplia experiencia en empresas de éxito en los módulos del programa formativo.

# PROGRAMA SUPERIOR EN COMUNICACIÓN Y MARKETING ONLINE



# 3 IEM

---

## ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

### ÁREAS

#### INTRODUCCIÓN

IEM ha desarrollado este programa atendiendo a las necesidades de todas aquellas personas interesadas en conocer las estrategias digitales para mejorar en su puesto de trabajo, emprender nuevas vías de crecimiento y expandir sus horizontes profesionales. Todo ello partiendo de un soporte teórico básico que nos permita estructurar todas las áreas del marketing online, y apoyándonos en todas las herramientas prácticas que nos ofrecen los medios digitales.

#### 1. FUNDAMENTOS DEL MARKETING ONLINE

En este punto se realizará una puesta al día de los conceptos del marketing online y la evolución del mismo desde el marketing tradicional.

#### 2. ECOMMERCE: CÓMO VENDER EN INTERNET

En este área veremos los distintos modelos de negocio online, el plan de negocios del comercio electrónico y su viabilidad, así como diversas plataformas existentes en el mercado con sus modelos de pago, seguridad y logística asociados.

#### 3. LA EMPRESA EN LA WEB

En este área el alumno aprenderá las características que debe cumplir una web para obtener el máximo partido: usabilidad, accesibilidad, arquitectura y analítica web.

#### 4. LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO PUBLICITARIO

Este módulo nos dará las claves para mantener un correcto enfoque, gestión y control de las Redes Sociales, entendidas hoy como factores clave en los medios de publicidad, gracias al constante acercamiento que tienen con la mayoría de los consumidores finales.

#### 5. EL COMMUNITY MANAGER

En este punto hablaremos de la figura de un Community manager, sus tareas, herramientas básicas de trabajo y la necesidad de tener capacidad de escuchar, compartir, dinamizar, analizar y mejorar lo que se dice sobre su empresa.

#### 6. EL MARKETING EN BUSCADORES: SEO/SEM

En este área el alumno trabajará el posicionamiento en buscadores (SEO) y la promoción en buscadores (SEM), desde las fases previas al seguimiento del trabajo realizado.

#### 7. GOOGLE ANALYTICS (analítica web)

En esta área se proporciona información sobre el tráfico del sitio web y la eficacia del plan de marketing. Gracias a unas funciones potentes, flexibles y fáciles de usar, podremos ver y analizar el tráfico desde una perspectiva totalmente distinta.

# 3 IEM

---

## ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

### ÁREAS (2)

#### 8. BRANDING Y CREATIVIDAD

Diferenciarse es cada vez más difícil. Por eso, en este módulo estudiaremos el «branding», es decir, el poder de la marca, como elemento diferenciador. Además, trabajaremos la creatividad como clave para generar ideas originales y romper las fronteras que existen entre los diferentes soportes

#### 9. EDICIÓN Y MAQUETACIÓN DE IMÁGENES

En este módulo el alumno adquirirá conocimientos relacionados con la herramienta más común para el tratamiento de imágenes: photoshop. Se trabajarán técnicas como el control de imágenes, capas, ajustes, correcciones de color, máscaras, etc.

#### 10. REPUTACIÓN ONLINE

Este módulo pone de manifiesto que la reputación no está bajo el control absoluto del sujeto o la organización, sino que la 'fabrican' también el resto de personas cuando conversan y aportan sus opiniones, por lo que es especialmente importante en Internet estar al día de las posibles reacciones de los distintos grupos de interés.

#### 11. EMAIL MARKETING

En esta área se muestran los conocimientos necesarios para la utilización del email con fines comunicativos y comerciales, de tal forma que mediante el envío de emails a clientes se les pueda mantener informados sobre productos o servicios.

#### 12. MOBILE MARKETING

En este módulo desarrollaremos la actividad dedicada al diseño, implantación y ejecución de acciones de marketing realizadas a través de dispositivos móviles.

#### 13. MARKETING VIRAL /BUZZ MARKETING

En este punto se trabajará la técnica del marketing viral, entendido como herramienta que utiliza redes sociales y otros medios electrónicos para producir incrementos exponenciales en "reconocimiento de marca" .

#### 14. PREPARACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO

En este último módulo del programa, el alumno trabajará las claves para la preparación y estructuración de un completo plan de negocio online, estudiando presupuestos, objetivos, etc.

# 4 IEM

## CONTENIDOS

### 1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING ONLINE

- Análisis de la evolución del marketing tradicional al marketing digital
- La empresa en la web 2.0
- Estrategia de marketing digital (e-branding)
- Ejecución y medición de campañas

### 2: ECOMMERCE: COMO VENDER EN INTERNET

- Los modelos de negocio online y su viabilidad
- La tienda online
- Plataformas de ecommerce
- Medios de pago, seguridad y logística
- Analítica web de una tienda online
- Configuración y cuadro de mando para comercio electrónico

### 3: LA EMPRESA EN LA WEB

- Estudio del papel de las empresas en la Web y su relación con el usuario digital
- Usabilidad y accesibilidad web. Dominio, control y optimización de tu web.
- Arquitectura de un sitio web
- Analítica web

### 4: LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO PUBLICITARIO

- Definición y características. Términos del Social Media Marketing
- Ventajas del Social Media Marketing
- Plataformas Social Media
- Funcionamiento de las principales plataformas Social Media: LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+, Youtube, Pinterest,...
- Plan Social Media Marketing
- Optimización de las Redes Sociales (SMO: Social media optimization)
- Analítica de los Social Media
- Qué funciona y qué no en Social Media Marketing

### 5: EL COMMUNITY MANAGER

- Perfil profesional del community manager
- Tareas de un community manager
- Herramientas básicas para el community manager
- Creatividad y comunicación en las redes sociales

### 6: EL MARKETING EN BUSCADORES: SEO/SEM

- SEO: Posicionamiento en buscadores
  - Fases previas al SEO.
  - Google, Analytics, Webmaster tools,...
  - SEO: Quien nos busque, que nos encuentre
  - Estrategia ON PAGE (Factores internos y otros factores)
  - Estrategia OFF PAGE (Factores externos)
  - Seguimiento de Proyectos SEO (Estadísticas y Analíticas web)
- SEM/ADWORDS: Promoción en buscadores
  - Qué es promoción en buscadores (Adwords)
  - Cómo empezar a usar Adwords
  - Orientación
  - Seguimiento y rendimiento
  - Costes y facturación
  - Herramientas de Adwords
  - Administración de varias cuentas
  - Otros programas SEM (Facebook, LinkedIn,...)

### 7: GOOGLE ANALYTICS (ANALÍTICA WEB)

- Introducción a las métricas Web
- Web Key performance indicators (KPIs)
- ¿Cómo funciona Google Analytics?
- Estudio del tráfico que llega a nuestra Web
- Creación de cuentas y perfiles
- Definición de objetivos y embudos de conversión
- Agregando el código de seguimiento a nuestro sitio web
- Segmentación en Google Analytics: Informes
- Seguimiento de campañas

### 8: BRANDING Y CREATIVIDAD 2.0

- El cambio social y el nuevo mundo de las marcas
- Brand Innovation y estrategia digital
- Crear ideas transmedia: saber identificarlas, conceptualizarlas y aplicarlas a los diferentes medios



# 4 | IEM

## CONTENIDOS (2)

### 9: EDICIÓN Y MAQUETACIÓN DE IMÁGENES

- Photoshop: Introducción, interfaz, control de imagen, capas, ajustes, corrección de color, filtros, mascarar, herramientas de dibujo

### 10: REPUTACIÓN ONLINE

- La reputación online y el control de la marca
- El plan de reputación online
- Análisis, diagnóstico y seguimiento de la reputación online
- Reacción ante las oportunidades y amenazas de la reputación online
- Gestión de crisis online

### 11: EMAIL MARKETING

- Permission Marketing: Qué es el Email Marketing
- Estrategias de marketing de permiso
- Creación de listas de suscriptores, leads y clientes
- Qué redactar. Cómo redactar. Cómo hacer una oferta atractiva
- Herramientas para la gestión y optimización de campañas de e-mail marketing
- Estadísticas y valoración de la conversión de la campaña
- Landing pages

### 12: MOBILE MARKETING

- Estrategias de mobile marketing
- Integración del mobile marketing en la organización
- Aplicaciones. El fenómeno de las aplicaciones. Apps
- Acciones específicas de mobile marketing
- Diseño de campañas de mobile marketing

### 13: MARKETING VIRAL / BUZZ MARKETING

- Qué es Marketing viral, buzz marketing, boca a oído
- Cómo se genera una dinámica viral
- Herramientas para el marketing viral

### 14: PREPARACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO DE MARKETING ONLINE

- Visión global y estructura de un plan de negocio
- Cómo construir un plan de negocio paso a paso
- Cómo vender tu plan de negocio a un inversor, un cliente o un mando superior
- Cómo argumentar en 10-15 minutos tu idea de negocio
- Cómo convencer al inversor o tribunal de que tu plan de negocio es una apuesta segura
- Que no venderle a un inversor o cliente de tu plan de negocio
- Cómo contabilizar tus gastos

### 15: PROYECTO FINAL DEL PROGRAMA SUPERIOR

- Preparación del proyecto y tutorización
- Presentación del proyecto



# 5 IEM

## CLAUSTRO DE PROFESORES

### D. Fernando Giner Grima

Ldo. Economía. MBA en IESE.  
Consultor especialista en mktg estratégico en FERNANDO GINER

### Dña. Loles Sancho Martí

Lda. Mktg y gestión comercial ESIC. Master Comunic.ESIC  
Fundadora en Loles Sancho Comunicación

### D. Vicente Palacios

Ldo. ADE. Google AdWords Qualified. Formador Google España  
CEO y Formador en E-XPRIMENET

### D. José Vicente Carratalá

Ing. Técnico en Diseño Industrial UPV  
Creativo multimedia y experto en diseño web en JOCARSA

### D. Arturo Argilés

Ing. Informático UPV  
Consultor y formador en herramientas de marketing online

### Dña. Esther Valero

Lda. Derecho. Master en Mktg y Comunicación en EESAE  
Social Media Strategist en Andana Comunicación

### D. David M Calduch

Microsoft Certified Professional. Experto en LinkedIn  
Embajador en HOOTSUITE España

### Dña. Clara Montesinos

Lida. Ciencias de la Información, Publicidad y RRPP. CEU  
Dir.Comunicación Tweets Awards.Publicista-Social Media Ad Manager

### D. Mariano Roldán

Ldo. ADE en UPV. Master Intern. en diseño y multimedia  
Social Media Manager y formador en MarianoRoldan.com

### D. Gustavo Santana

Ldo. Comunicaciones en la UPV  
Socio y SEO en Icrono Network

### D. Fran Moreno

Master Comunicación Institucional,Empresarial y Política en U.V.  
Asesor Comunicación y Marketing Online en Admón. Pública

### D. Javier Echaleku

CADE en Fundesem. MBA Executive en Fundesem  
Gerente en KUOMBO

### Dña. María Martínez Lorman

Lda. Periodismo CEU. Máster Comercio Electrónico EAE.  
Social Media Strategist. Vicepresidenta de AERCO

### D. Jesús Gallent

Ing. Téc. Diseño Industrial en UPV  
Branding Strategist en KUOMBO

### D. Pablo Angeletti

Diseño web y desarrollo de Apps para móviles  
Frontend Designer & Web Developer en OHIM

### D. Pablo Esteve

Creative Strategic Director en Agencia de Publicidad d6  
Strategic and Creative Consultant en Sony Music Entertainment

\* Claustro sujeto a posibles modificaciones puntuales



### DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN:

#### Carmen Tarín

Directora de Relaciones Externas de IEM Business School

#### Rosa Górriz

Directora General de IEM Business School



# 6 IEM

## CONDICIONES GENERALES

### CALENDARIO

#### Duración del programa

200 horas  
(150h presenciales + 50h proyecto)

#### SEMESTRAL

Clases: De octubre 2014 a febrero 2015  
Presentación Proyecto: marzo 2015

#### Horario

**Viernes** 16:00 a 21:00 h  
**Sábados** 9:00 a 14:00 h

### SOLICITUD DE PLAZA Y MATRÍCULA

Debido al limitado número de plazas convocadas, el proceso de inscripción y matrícula de candidatos se realiza por riguroso orden de llegada de la ficha de formalización. Para ello, deberán cumplimentar el formulario que se encuentra disponible en la página web o bien, ponerse en contacto con:

#### IEM Business School

Departamento de Inscripciones  
C/ Colón, 10-6º. 46004 Valencia  
E-mail: inscripciones@iembs.com  
WEB: www.iembs.com  
Tel. Contacto: 96 310 68 42

#### IMPORTE total del precio del programa: 2.450 €

Dicho importe queda distribuido de la siguiente manera:

- ❖ Matrícula: 490 €
- ❖ Resto: Mensualidades financiadas de 490 € (Domiciliación Bancaria)
- ❖ Hasta el 100% Bonificable por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo



#### Además, te ofrecemos:

- ❖ Orientación profesional personalizada
- ❖ Prácticas en empresa voluntarias
- ❖ Networking profesional con tus compañeros
- ❖ Acceso a la Programación IEM 2014-2015
- ❖ Premio al Mejor Proyecto

#### IEM-28

**15%** Aplicado a alumnos  
**DTO\*** menores de 28 años

\* Matrícula Exenta

#### IEM-DESEMPLEO

**12%** Profesionales en  
**DTO\*** búsqueda de empleo

\* Matrícula Exenta

#### IEM-JULIO

**10%** Matrículas anteriores  
**DTO** al 20 de Julio 2014

\* Matrícula Exenta