

Centro Responsable: **Facultad de Comercio y Gestión**

Centro/s en que se imparte: **Facultad de Comercio y Gestión**

Créditos: **75 ECTS**
(3 semestres)

Rama: **Ciencias Sociales
y Jurídicas**

Tipo Enseñanza:
Semipresencial

Precio recomendado:
29,57 €/ crédito matriculado
(precios públicos 15-16)

Horario: **Tarde**

Número de Plazas: **35**

Lenguas utilizadas:
Castellano

Perfil de acceso recomendado

Está dirigido a quienes posean un título de Grado o equivalente relacionado con el ámbito económico-empresarial y/o tecnológico, y desee adquirir una formación avanzada en el campo de la dirección de marketing, utilizando las nuevas tecnologías on-line disponibles.



FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

Ampliación Campus de Teatinos.
Avda Francisco Trujillo Villanueva, 1.
mmarketingdigital@uma.es
Tel.: 951 952 194
www.uma.es/cipd
www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/



Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA





Descripción

El Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital ofrece una formación avanzada para desarrollar estrategias de marketing en cualquier organización, con las nuevas herramientas on-line disponibles. La Universidad de Málaga ofrece este título bajo dos itinerarios posibles: el profesional y el académico. El itinerario profesional está encaminado a favorecer la inserción o promoción laboral, mientras que el itinerario académico permite el acceso al Programa de Doctorado de Economía y Empresa.

Objetivos

- Conocimiento de las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo, las nuevas herramientas de medición de resultados, así como el potencial de Internet como fuente de información y conocimiento sobre el consumidor.
- Dominio de los conceptos avanzados del marketing digital, el modelo de negocio que representan, y los posibles planteamientos estratégicos para operar en este medio.
- Fomentar una mentalidad estratégica con el fin de aplicarla a la selección de medios digitales, sabiendo diseñar la estrategia, seleccionando los agentes e interpretando y desarrollando los planes de medios on-line.

Preinscripción y acceso

La preinscripción y el acceso al Máster se efectúa conforme a los procedimientos establecidos por Distrito Único Andaluz, en los plazos y condiciones fijadas para todos los Másteres Universitarios Oficiales que se imparten en las universidades públicas andaluzas (más información en <http://www.infouma.uma.es/acceso/>).

Empleabilidad

Las profesiones que hoy tienen una mayor demanda empresarial son principalmente aquellas vinculadas con los entornos digitales y la interacción con los usuarios, dirigidos a conocer mejor al cliente y lograr un mejor posicionamiento de la firma u organización: especialista SEM, SEO, en Marketing Online o Community Manager, Costumer Experience Manager, analista Web, E-commerce Manager, Social-Media Manager, Digital Manager y Responsables de Medios On-line. Estas funciones implican conocimientos recientes y muy específicos, así como una clara comprensión de los comportamientos y preferencias de una nueva generación de consumidores acostumbrados a interactuar con las marcas de forma más directa. No son, por tanto, perfiles fáciles de encontrar en el mercado de trabajo español, que está empezando a adaptarse a esta nueva realidad.

Plan de estudios

Módulo I. MARKETING DIGITAL Y DIRECCIÓN COMERCIAL	ECTS
DIRECCIÓN COMERCIAL	3
MARKETING ESTRATÉGICO (OPTATIVA)	3
MARKETING DIGITAL	3
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE CONTENIDOS DIGITALES	3
MARKETING DE FIDELIZACIÓN ON LINE	3
SOCIAL MEDIA MARKETING	3
PUBLICIDAD ON LINE	3
REPUTACIÓN DE MARCA ON LINE	3
COMERCIO ELECTRÓNICO	3
MOBILE MARKETING	3
CREATIVIDAD DIGITAL	3
Módulo II. ENTORNO EMPRESARIAL Y DIGITAL	ECTS
LA RESPONSABILIDAD CIVIL EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	3
HABILIDADES DIRECTIVAS I	3
Módulo III. TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN DE MARKETING	ECTS
TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS WEB	4,5
APLICACIONES MÓVILES (OPTATIVA)	3
MODELOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO DE BASES DE DATOS	4,5
SEGURIDAD DE REDES Y TRANSACCIONES ON LINE	3
SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA PARA EL MARKETING (OPTATIVA)	3
NUEVAS TECNOLOGÍAS Y MAREKTING (OPTATIVA)	3
Módulo IV. FORMACIÓN SEGÚN ITINERARIO	ECTS
METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN	3
TÉCNICAS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN MARKETING	3
ESTADÍSTICA AVANZADA PARA MARKETING Y GESTIÓN	3
PRÁCTICAS EN EMPRESAS	6
HABILIDADES DIRECTIVAS II	3
Módulo V. TRABAJO FIN DE MÁSTER	ECTS
TRABAJO FIN DE MÁSTER	15