

# **MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN**

## **Programa:**

### **BLOQUE 1: CURSO SUPERIOR DE DIRECCIÓN DE MARKETING**

#### **Marketing Estratégico: 3 créditos**

Fundamentos del marketing estratégico. Orientaciones de la empresa hacia el mercado. Planificación estratégica corporativa. Diferenciación competitiva y estrategias de ciclo de vida del producto. Posicionamiento. Estrategias de posicionamiento. Marketing Internacional. Modelos de penetración en el mercado.

#### **Fundamentos de Marketing: 3 créditos**

Políticas de producto. Ciclo de vida del producto. Creación y modificación de productos. Política de precios. Métodos de fijación y estrategia de precios. Política de distribución comercial. Tipos de distribución. Intermediarios. Métodos de venta en la distribución comercial. Política de comunicación. Publicidad. Promoción. Relaciones públicas. Organización de ventas y plan de marketing.

#### **Habilidades directivas: 3 créditos**

Estilos de Dirección. Delegación. Toma de decisiones. Gestión del cambio. Gestión de conflictos. Técnicas de Negociación. Gestión de reuniones. Gestión eficaz del tiempo. Inteligencia emocional en el trabajo.

#### **Análisis de mercados: 3 créditos**

Sistemas de marketing, demanda del consumidor y análisis de mercado. Análisis de los mercados empresariales y comportamiento del comprador. Segmentación del mercado y selección del público objetivo. La investigación de mercados. Técnicas de investigación. Análisis y presentación de los datos. Internet como herramienta de investigación de mercados.

## **BLOQUE 2: CURSO SUPERIOR DE MARKETING DIGITAL**

### **Personal Branding: 3 créditos**

La marca ante el nuevo marketing. Marketing 3.0. Escucha activa y protección de la reputación digital. Redes sociales y herramientas para la reputación digital personal. Evolución de la identidad digital. Ciberactivismo. Personal Learning Environment (PLE). Autoconocimiento e identificación de nuestro target. Planificación de una campaña de personal branding. Desarrollo de la marca personal y la reputación digital.

### **Estrategia de Marketing digital: 4 créditos**

Estrategias competitivas en el entorno global y digital. Marketing estratégico y marketing operativo. Segmentación del público objetivo en internet. Herramientas de segmentación digital. Herramientas de marketing digital. Plan de comunicación y promoción en internet. Métricas de marketing digital. Diseño y creación de un Plan de marketing digital. Diseño y creación del Social Media Plan.

### **Redes y Medios Sociales: 4 créditos**

La Publicidad en Facebook. Cómo crear anuncios en Facebook, elementos. Resultados y métricas en Facebook. Cómo interpretar resultados Permission Marketing. Creación de una campaña de Permission Marketing. Herramientas de Permission Marketing. Marketing de afiliación. Funcionamiento. Creación de una cuenta de afiliado. Plataformas de marketing de afiliación. Performance Based Marketing-Marketing por resultados. Modelos, funcionamiento y herramientas en el Marketing por resultados. Re-Marketing o Retargetting. Funcionamiento, ventajas, plataformas y herramientas de retargetting.

### **SEO y SEM: 4 créditos**

Posicionamiento natural y buscadores. Motores de búsqueda. SEO optimización on-page y off-page. Google adwords. Cómo crear una campaña. Técnicas avanzadas de optimización de campañas. Problemas comunes en Google Adwords. Control y medición de resultados.

### Mobile Marketing: 3 créditos

La revolución del marketing móvil. Ecosistema mobile. Visión estratégica del mobile Marketing. Analítica y herramientas de control y medición. Mobile Media. Marketing de proximidad. Mobile Advertising. Mobile Publishing.

### Reputación online: 3 créditos

Gestión de la reputación online. La gestión de las interacciones en la comunidad. Monitorización y analítica. Herramientas. La huella digital. Cómo eliminarla. Gestión de crisis 2.0. Diseño y planificación de un Plan de reputación online.

## **BLOQUE 3: CURSO SUPERIOR DE COMUNICACIÓN, MARKETING E IMAGEN CORPORATIVA**

### Fundamentos en Comunicación y Publicidad: 4 créditos

Introducción a la comunicación de marketing. Herramientas de comunicación en Marketing. Medición de resultados de la comunicación. Publicidad. Decisiones de mensaje, medios, soportes, lugar y tiempos de emisión. El Briefing. Herramientas below the line. Valoración de la eficacia de la publicidad. Promoción de ventas. Patrocinio. Relaciones públicas. Marketing directo. La venta personal como herramienta de comunicación.

### Marketing y comunicación interno: 3 créditos

Marketing interno. La comunicación interna en la empresa. La gestión del conocimiento. Herramientas en la gestión del conocimiento. El Plan de Comunicación Interna.

### Comunicación e imagen corporativa: 4 créditos

Identidad, cultura e imagen corporativa. Identificación y cuantificación del público objetivo. La comunicación como instrumento en la creación de la imagen corporativa. Planificación estratégica de la imagen. Diseño de estrategias de comunicación para la imagen corporativa. La imagen corporativa en internet. Gestión de la marca. La comunicación en situaciones de crisis. Gestión de crisis.

Mención Especial del V Premio Canario a la Excelencia Empresarial 2014 en la modalidad de Pequeña Empresa No Industrial

### Oratoria: 3 créditos

Cómo comunicar bien. Elementos básicos del buen orador. Elaboración del discurso. Comunicación verbal y no verbal. PNL como herramienta de utilidad para el orador. Cómo hablar en público.

### Protocolo: 3 créditos

Concepto de protocolo. Protocolo oficial. Protocolo social. Urbanidad y cortesía. Protocolo Empresarial. Habilidades protocolarias y de comunicación. Relaciones institucionales y protocolo.

### BLOQUE 4: TESIS

Proyecto fin de Máster-Tesis 10 créditos

### Claustro de profesores (modalidad OnRoom):

#### **Gorka Zamarreño**

Doctor en Ciencias de la Comunicación  
Profesor Universidad de Málaga  
Máster en Marketing por Instituto de Empresa  
Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología  
ExDirector de Marketing y Negocio en en2tiempos  
ExDircom de Agapea  
ExMarketing Manager de Andalus Líneas aéreas

#### **Antonio Moreno Lewis**

Consejero Delegado de CleverGoo  
Gerente de Marbella IndoorAdvertising  
Miembro y conferenciante del grupo de élite de Online Marketing en EE.UU.  
“TheWarRoom”  
CEO de Vida Natural Science  
IECM Bachelor of Arts, Marketing &Advertising

#### **Gema Lobillo**

Profesora Universidad de Málaga  
Doctora en Comunicación  
Licenciada en Periodismo  
Licenciada en Publicidad y RR.PP.  
Máster en Gestión Estratégica e Innovación en la Comunicación

INSCRITA EN EL REGISTRO MERCANTIL DE SANTA CRUZ DE TENERIFE. INSCRIPCIÓN 2ª HOJA TF-14260 TOMO 1429 FOLIO 33

Mención Especial del V Premio Canario a la Excelencia Empresarial 2014 en la modalidad de Pequeña Empresa No Industrial  
Ex-Jefa de Prensa Málaga C.F.  
ExResponsable de Prensa Instituto Andaluz del Deporte

**Francisco Luis Benítez**

Social Media Networker & Content Curator en OpinionLAB y Open-Ideas  
Grado en Ciencia Política y de la Administración  
Politólogo experto en Comunicación Digital, Transmedia y Gestor Cultural  
Consultor en comunicación política y empresarial y Open Government

**Jose Manuel Gomez-Zorrilla Sanjuan**

Socio Director en Wind up Estrategias  
exMarketing Manager en Museo Picasso Málaga  
Docente en Universidad Modelo de México  
Máster en Dirección de la Comunicación  
Licenciado Publicidad y Relaciones Públicas  
Bronce en los V Premios Nacionales de la Blogosfera de Marketing 2014

**María Carrasco**

Mobile Marketing Manager at Softonic  
ExMobile Marketing Manager at Lottoland  
ExMobile Marketing Manager at PlayTales  
ExDigital Distribution Manager at Genera Games  
Máster en Gabinetes de Comunicación y RRPP  
Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas

**Antonio Toré**

CEO en PlanONMedia  
Profesor de Marketing en la Universidad de Málaga  
Máster en Dirección Comercial y Marketing por ESIC  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Publicidad  
Vicepresidente Club Marketing Málaga  
ExGerente de La Huella Comunicación

**Carlos Mohino**

Máster en Protocolo y Relaciones Institucionales en las Organizaciones Nacionales e Internacionales  
Grado en Protocolo y Organización de Eventos  
Experto Universitario en Relaciones Institucionales, Ceremonial y Protocolo  
Docente en la Universidad de Málaga y Córdoba  
Profesor en la Escuela de Hostelería de Estepona

**Gemma Martín Naranjo**

Coach profesional, docente y consultora de Recursos Humanos

INSCRITA EN EL REGISTRO MERCANTIL DE SANTA CRUZ DE TENERIFE. INSCRIPCIÓN 2ª HOJA TF-14260 TOMO 1429 FOLIO 33



Mención Especial del V Premio Canario a la Excelencia Empresarial 2014 en la modalidad de Pequeña Empresa No Industrial

Socia fundadora de Coaching Plural

Master en Coaching Personal

Licenciada en Ciencias Políticas

**Esther Marín**

Consultora y evaluadora externa de proyectos europeos

Licenciada en Ciencias Políticas y Sociológicas

ExDirectora de Investigación Social y de Mercado de ARI Business Solutions

**Arantxa Uribe-Etxevarría**

Consultora en Comunicación

Licenciada en Psicología

Licenciada en Comunicación Audiovisual

ExResponsable de proyectos docentes en la Universitat Oberta de Catalunya

**Daniel Blanco**

Consultor, coach y formador de alto rendimiento

Experto en Sinergología

Especialista en terapias del comportamiento y reeducación de hábitos

Licenciado en Psicología, comportamiento

**Claustro de profesores (modalidad Presencial):**

**Ana Gloria Gallardo Mancebo**

Profesora de Marketing y Ventas, Dirección estratégica y Dirección de operaciones.

Licenciada en Ciencias Químicas, Máster en Administración de Empresas y Experta en Coaching.

**Walter del Médico**

Prevención de Riesgos Laborales (PRL), RRHH, Responsabilidad Social Corporativa, Negociación Comercial y Habilidades Directivas. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, especialista en instituciones financieras.

INSCRITA EN EL REGISTRO MERCANTIL DE SANTA CRUZ DE TENERIFE. INSCRIPCIÓN 2ª HOJA TF-14260 TOMO 1429 FOLIO 33

### **Pedro A. Báez Díaz**

Profesor de Social Media, Personal Branding, SEO y SEM. Formación Profesional de 2º grado, especialista en Informática de Gestión, Experto Universitario en Dirección de Redes Sociales en la Empresa, Máster Executive Community Management y Dirección de Redes Sociales en la Empresa.

### **M<sup>a</sup> Teresa Glez. de Echávarri y Schez. de la Cuesta**

Profesora de Marketing y Estrategia Empresarial. Doctora en Marketing y Comunicación. MBA por el Instituto de Empresa y Preston University. Cambridge International Diploma in Business y Diploma en Marketing Cambridge University. Licenciada en Derecho. Fundadora y Presidenta European School of Management S.L.

### **Piedad Hernández Bilbao**

Profesora de Coaching y Protocolo. Técnico Superior en Protocolo Institucional, Máster en Programación Neurolingüística Coaching, Advance Coach.

### **Antonio J. Padrón.**

Profesor de Social Media, Personal Branding, SEO y SEM. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, especialista en Marketing, Director de Sociment S.L. y Co-Fundador del Diario Digital Marketing Semanal.

---

<sup>i</sup> El profesorado podría verse variado en función de su disponibilidad