

# Máster en Publicidad Online y Medios Digitales



*Plan de estudios*



**MEDITERRÁNEA  
BUSINESS SCHOOL**  
ESCUELA DE NEGOCIOS DEL MEDITERRÁNEO



# ÍNDICE

Pág.3	Bienvenida del Director
Pág.4	Sobre Mediterránea BS
Pág.5	Presentación del Máster
Pág.5	- Descripción
Pág.5	- A quién va dirigido
Pág.5	- Salidas profesionales
Pág.6	- Objetivos
Pág.6	- Características
Pág.7	- Programa
Pág.11	- Titulaciones
Pág.11	Financiación
Pág.12	Prácticas
Pág.12	Bolsa de empleo

## Metodología

La metodología de Mediterránea Business School ha sido diseñada para aportarte las máximas facilidades para completar tus estudios superiores, con el objetivo de acercarte a la consecución tus objetivos profesionales.

Ponemos a tu disposición programas de formación de gran calidad y los acompañamos de la última tecnología y un equipo humano altamente preparado, en los que podrás apoyarte desde tu primera toma de contacto con nuestra escuela.

Nuestro campus online es intuitivo y de fácil acceso, y nuestros tutores, grandes profesionales disponibles para resolver tus dudas y ayudarte a superar con éxito todos los retos que puedas encontrar en tu proceso de formación.

## Contáctanos

 951 20 44 60

 [info@mediterraneabs.com](mailto:info@mediterraneabs.com)

 [mediterraneabs.com](http://mediterraneabs.com)



*Formación de primer nivel  
para un futuro brillante*

## **Bienvenida**

---

Soy Manuel Calero, CEO de Mediterránea Business School y, junto a mi equipo, quiero ayudarte a lograr tus objetivos profesionales a través de la formación superior.

En nuestra escuela de negocios encontrarás una gran variedad de Másteres, Postgrados y Cursos Superiores en las disciplinas más demandadas en la actualidad empresarial. Así, ponemos al alcance de tu mano la formación necesaria para alcanzar el éxito en un mercado laboral altamente competitivo.

Nuestra metodología online combina la eficiencia de las nuevas tecnologías con el trato humano y el seguimiento personalizado de nuestros tutores, para que puedas compaginar tus estudios con tus necesidades personales, y sacar el máximo partido de tu paso por la escuela.

En Mediterránea Business School podemos ayudarte a convertirte en el profesional que deseas ser, proporcionándote todas las herramientas necesarias para conseguirlo.

**Manuel Calero**  
Director General

# Mediterránea BS

---

Mediterránea Business School es una escuela de negocios online que trabaja para mejorar las perspectivas profesionales de sus alumnos a través de sistemas pedagógicos en modalidad e-learning, poniendo nuestros recursos y nuevas tecnologías al servicio de la enseñanza.

Tenemos una meta clara: que nadie tenga que renunciar a la formación superior, ya sea por razón de tiempo, trabajo, motivos económicos o personales. Por eso, hemos implementado una metodología 100% online, que permite al usuario gestionar su tiempo como prefiera y ahorrar costes tales como materiales, desplazamientos o incluso traslado del lugar de residencia.

Los alumnos de Mediterránea BS disfrutan de todas las ventajas de la formación online, sin renunciar a la calidad docente. Además, cuentan con el seguimiento personalizado de nuestros tutores, encargados de guiarles durante su formación y ayudarles a superar con éxito cada programa. Disponemos de una gran variedad de Másteres, Postgrados y Cursos Superiores para que, sean cuales sean los objetivos del estudiante, encuentre en nuestra oferta formativa una opción que le ayude a conseguirlos.

Formamos parte de un grupo empresarial con más de 30 años de experiencia en el sector de la educación, pionero en la formación a distancia y online. Además, nuestra escuela se apoya en un equipo altamente cualificado que asegura el buen funcionamiento de nuestro centro, desde el personal de administración a nuestros profesores, pasando por nuestros asesores académicos.

# Máster en Publicidad Online y Medios Digitales



## Descripción

---

El Máster en publicidad online y medios digitales de Mediterránea Business School te mostrará los principales canales de publicidad que existen en Internet, enseñándote a sacarles el máximo rendimiento posible. Esta formación te permitirá adquirir un perfil altamente capacitado para disfrutar de una carrera de éxito en Marketing Digital.

## ¿A quién va dirigido?

---

El Máster en publicidad online y medios digitales está dirigido a personas que quieran iniciar o impulsar su carrera en el sector del Marketing Digital.

## Salidas Profesionales

---

El Máster en publicidad online y medios digitales ofrece una gran variedad de posibilidades laborales: community manager, responsable de Marketing Digital, experto en medios sociales, consultor SEM, etc.

## Objetivos

---

El mundo de la publicidad ha sufrido una gran transformación desde la aparición de los medios digitales gracias a Internet. La publicidad online ofrece una gran variedad de opciones, opciones que están en permanente cambio y que requieren de grandes profesionales formados para gestionarlas y sacar lo mejor de cada una.

El objetivo del Máster en publicidad online y medios digitales es aportarte esa formación, que te capacitará para crear y gestionar campañas en diferentes plataformas y formatos, como redes sociales y Google.

Si quieres que tu carrera en Marketing Digital siga una trayectoria brillante, Mediterránea Business School es tu escuela.

## Características

---



Modalidad  
**ONLINE**



Duración  
**900h**



Precio  
**995€**



Master  
Classes



Certificado  
Notarial



Prácticas  
en empresas



Bolsa de  
Empleo



Plazo  
**12 MESES**

# Programa

---

## **Bloque 1: Community Manager**

### **Módulo 1: Fundamentos**

1. El community manager, y eso... ¿Qué es?
2. Las funciones y tareas del community manager
3. Consejos para realizar una buena labor como community manager

### **Módulo 2: Plan de Marketing Digital**

1. ¿Qué es un plan de marketing digital?
2. Análisis de la situación
3. Definición de objetivos públicos
4. Definición de estrategias
5. Base tecnológica
6. Plan de Social Media

### **Módulo 3: Métricas y Analíticas**

1. La importancia de medir
2. ¿Qué son los KIP'S?
3. Los tipos de KIP'S.
4. Analítica web y sus herramientas: Google Analytics

### **Módulo 4: Crisis de Reputación Online**

1. La identidad digital y la reputación online
2. Principales factores de la reputación online
3. El origen de la crisis de la reputación online
4. El manual de crisis de reputación
5. Explota una crisis ¿Cómo la gestionamos?
6. La crisis ha pasado ¿Cómo la superamos?

### **Módulo 5: Blogs y su Aplicación Empresarial**

1. ¿Qué es un blog? Su uso para los community manager
2. Tipología de blogs
3. Blogs en el ámbito corporativo
4. Consejos de uso
5. Ejemplos de blog

## **Módulo 6: Blogger para la Creación de Blogs Corporativos**

1. Herramientas para la creación de blogs, el caso de Blogger
2. Creación de una cuenta de usuario
3. Interfaz básica de Blogger
4. ¿Cómo crear una entrada en Blogger?
5. Cómo crear una página de blog en Blogger

## **Módulo 7: Redes Sociales y su Impacto**

### **Nacional**

1. Las redes sociales, un poco de historia y alguna definición
2. Una audiencia en evolución
3. Tipología de redes sociales
4. El uso de redes sociales en España

## **Módulo 8: Facebook, el Éxito Pese a las**

### **Polémicas**

1. Facebook, el éxito pese a la polémica
2. Un poco de historia, ¿Cómo era Facebook?
3. ¿Por qué una empresa debería estar en Facebook?
4. La Fan page o página de empresa.
5. ¿Qué estadísticas se deben tener en cuenta en Facebook

## **Módulo 9: Twitter. La Importancia del**

### **Contenido**

1. Twitter, la red del pajarito azul
2. Un poco de historia, ¿cómo era Twitter?
3. ¿Por qué una empresa debería estar en Twitter?
4. Crear un perfil corporativo en Twitter
5. ¿Qué estadísticas tengo que analizar en profundidad en Twitter?



### **Módulo 10: Instagram. Lo Visual, lo Primero**

1. Instagram, la red del momento
2. Un poco de historia, ¿cómo era Instagram?
3. ¿Por qué una empresa debería estar en Instagram?
4. La cuenta de empresa en Instagram
5. ¿Qué estadísticas tengo que tener en cuenta en Instagram?

### **Módulo 11: LinkedIn. La Red Profesional por Excelencia**

1. LinkedIn, más que una red social
2. Un poco de historia, el origen de LinkedIn
3. LinkedIn Premium y sus variantes
4. La página de empresa en LinkedIn
5. ¿Qué estadísticas tengo que tener en cuenta en LinkedIn?

### **Módulo 12: Youtube. El Vídeo como Herramienta**

1. YouTube: una red social y una plataforma de vídeos
2. Un poco de historia, ¿Qué ha pasado desde “Me at the zoo”?
3. Youtube y empresa. ¿Por qué tener un canal de YouTube beneficia la comunicación corporativa?
4. ¿Cómo hacer un canal de empresa en Youtube?
5. ¿Qué estadísticas tengo que tener en cuenta en YouTube?

### **Módulo 13: Social Media Plan, La Creación de una Estrategia de Publicaciones en Redes Sociales**

1. Plan de Social Media: la planificación allanará el camino
2. La vertiente psicológica en el Social Media
3. Puntos del plan de Social Media

### **Módulo 14: Las Herramientas del Community Manager**

1. El día a día de un community manager
2. Herramientas para facilitar esta labor

## **Bloque 2: Planificación Digital de Medios y Performance Marketing**

### **Módulo 1: Objetivos**

1. Tipos de objetivos de tu plan y campañas de marketing

### **Módulo 2: KPI'S**

1. Métricas
2. KPI's
3. Modelos de pago

### **Módulo 3: Cuadro De Mandos**

1. Cuadro de mando
2. Deficiencias de los cuadros de mando
3. Modelos de atribución

### **Módulo 4: Formatos Gráficos**

1. ¿Qué es la publicidad Display?
2. Formatos de publicidad Display
3. Red de Display De Google: GDN

### **Módulo 5: Display Advertising**

1. Ventajas e inconvenientes de la publicidad Display
2. Pequeños y grandes medios
3. Consejos para negociar tus campañas de Display
4. Contribución

### **Módulo 6: Facebook**

1. Facebook: red social y soporte publicitario
2. Ventajas de utilizar Facebook como canal para tus campañas publicitarias
3. Inconvenientes de este tipo de publicidad
4. Idoneidad del canal
5. Anuncios dinámicos

### **Módulo 7: Instagram**

1. Características de la publicidad en Instagram
2. Aspectos tácticos para maximizar el rendimiento de la campaña
3. Formatos más idóneos para pymes

### **Módulo 8: Gestión De Influencers**

1. Ventajas de incorporar influencers a tu planificación de marketing
2. Contribución a objetivos de marketing y evaluación
3. Aspectos clave de la negociación con Influencers

### **Módulo 9: Youtube**

1. ¿Qué aportan los contenidos audiovisuales a mi estrategia de marca?
2. Aspectos operativos de las campañas audiovisuales
3. Consejos prácticos para la ejecución y edición de tus vídeos

### **Módulo 10: Marketing De Contenidos**

1. Diferencias entre inbound y outbound marketing
2. Pros y contras del marketing de contenidos
3. Tipología de contenidos
4. Incorporación de estrategia de contenidos para pequeñas y medianas empresas

### **Módulo 11: Email Marketing**

1. Email marketing: situación actual
2. ¿Cuáles son sus oportunidades?
3. ¿Cómo integrar entonces el mail marketing en tu planificación de marketing online?

### **Módulo 12: Retargeting**

1. Definición, actores que intervienen en el proceso y consideraciones operativas
2. Factores a favor y en contra de este tipo de publicidad
3. Idoneidad para pequeñas y medianas empresas

### **Módulo 13: Compra Programática Y RTB**

1. Definición
2. Elementos que intervienen
3. Objetivos y métricas
4. Real time Bidding
5. Deficiencias de la compra programática
6. Aspectos operativos de la compra programática

### **Módulo 14: Afiliación**

1. Elementos que forman parte de las campañas de afiliación
2. Fases del proceso de afiliación
3. Ventajas e inconvenientes del marketing de afiliación

### **Módulo 15: Publicidad Contextual**

1. Definición y consideraciones iniciales
2. ¿Cómo funciona?
3. Características de la publicidad contextual
4. Publicidad contextual e hipersegmentación
5. Puntos débiles
6. Publicidad contextual de Google

## **Bloque 3: Estrategias SEM Y PPC con Google Adds**

### **Módulo 1: Los Fundamentos de Google Ads**

1. Introducción al SEM con Google Adwords
2. Tipos de posicionamiento en buscadores
3. La segmentación y la analítica en Google Ads
4. Control sobre el gasto de cada clic, el presupuesto y la facturación de cada mes
5. La segmentación de Google Ads nos ayuda a llegar a nuestro público Objetivo
6. Tipos de campaña y Objetivos
7. Niveles, métricas importantes y estructuras de campaña

## **Módulo 2: Creación de Cuentas Publicitarias**

1. Cómo crear cuentas publicitarias en Google Ads
2. Cómo funciona un MCC: Crear o vincular cuentas existentes
3. Métodos de pago y códigos promociones
- 3.1 Los códigos promociones (cupones)
4. El menú, niveles y apartados en una cuenta de Google Ads

## **Módulo 3: El Seguimiento de Conversiones en Google Ads**

1. Tipos de conversiones
2. Preparamos nuestro sitio Web para el seguimiento de conversiones
3. El seguimiento de conversiones: la instalación de etiquetas
- 3.1 Para crear una conversión debemos completar los apartados

## **Módulo 4: Google Ads y Analytics**

1. ¿Qué es un embudo de conversión y cómo nos ayuda Google Analytics en nuestra estrategia SEM?
2. Cómo vincular Google Analytics y Google Ads
3. Crear e importar audiencias de Analytics a Google Ads para el remarketing
4. Cómo importar objetivos de Google Analytics a Google Ads
5. Informes útiles y optimización de campañas

## **Módulo 5: Planificar Campañas y Estudios de Palabras Clave**

1. Estructuras de campaña. ¿Cuántas campañas y grupos debo hacer?
2. Herramientas para hacer estudios de palabras clave
3. Usos y ventajas de las palabras clave long tail para las primeras campañas o cuentas con poco presupuesto
4. SET UP de una campaña de búsqueda y grupos de anuncios

## **Módulo 6: Crear Campañas de Búsqueda en Google Ads**

1. Ajustes avanzados en la segmentación de la campaña
2. Creación avanzada de grupos de anuncios: concordancias

## **Módulo 7: Primera Optimización de una Campaña**

1. Optimización de puja automática vs ajustes de puja de palabras clave con CPC Manual
2. Optimización de la estructura de la campaña
3. Optimización de palabras clave con el informe de términos de búsqueda
4. Optimización de anuncios
5. Optimización de segmentación

## **Módulo 8: Creación de Audiencias de Remarketing y Personalizadas**

1. Audiencias de remarketing
2. Audiencias automáticas
3. Audiencias afines/basadas en la intención
4. Estadísticas de la audiencia

## **Módulo 9: Campañas de Branding: El Display y Youtube**

1. Creación de campañas de display
2. Seis acciones de optimización en display

## **Módulo 10: Herramientas SEM que te harán la vida más fácil**

1. Creación de campañas de display
1. Herramientas de Google Ads
2. Otras herramientas de palabras clave
3. Otras herramientas SEM

# Titulaciones

## - Máster en Publicidad Online y Medios Digitales



# Financiación

En Mediterránea Business School queremos asegurar que nuestros alumnos cuentan con todas las facilidades para formarse e impulsar su carrera profesional, eliminando barreras de tiempo, movilidad, y también económicas.

Una de las principales medidas que hemos tomado para asegurar que nuestros alumnos pueden acceder a nuestros programas formativos, sin importar su situación económica, es nuestro acuerdo con Sequra, una reconocida compañía experta en financiación para la formación.

Gracias a esta colaboración, podemos ofrecerte la opción de **abonar tu máster, postgrado o curso superior en 3, 6, 9 o 12 meses**, de forma cómoda, segura e inmediata, sin necesidad de papeleo.

Para financiar tu programa formativo a través de Sequra, basta con seleccionar la opción de pago fraccionado en nuestra plataforma de matriculación, elegir en cuántas cuotas quieres pagar y, ¡listo!



## Prácticas

Para aquellos estudiantes que estén buscando una oportunidad de entrar al mercado laboral, adquirir experiencia de valor, y/o dirigir su carrera hacia un sector concreto, **nuestros programas tienen la opción de hacer prácticas profesionales.**

Si decides acompañar tu formación con nuestro servicio de prácticas, estudiaremos tu perfil y objetivos profesionales, y buscaremos una empresa para ti. Podrás realizar tus prácticas en cualquier momento una vez hayas superado el 50% del temario de tu programa, y hasta 6 meses después de finalizarlo.

Acceder a este servicio es muy fácil, simplemente tienes que **marcar la casilla de prácticas en nuestra plataforma de matriculación**, y así comenzará nuestra búsqueda del lugar perfecto donde comenzar tu carrera profesional y descubrir en primera persona los entresijos del mundo de la empresa.

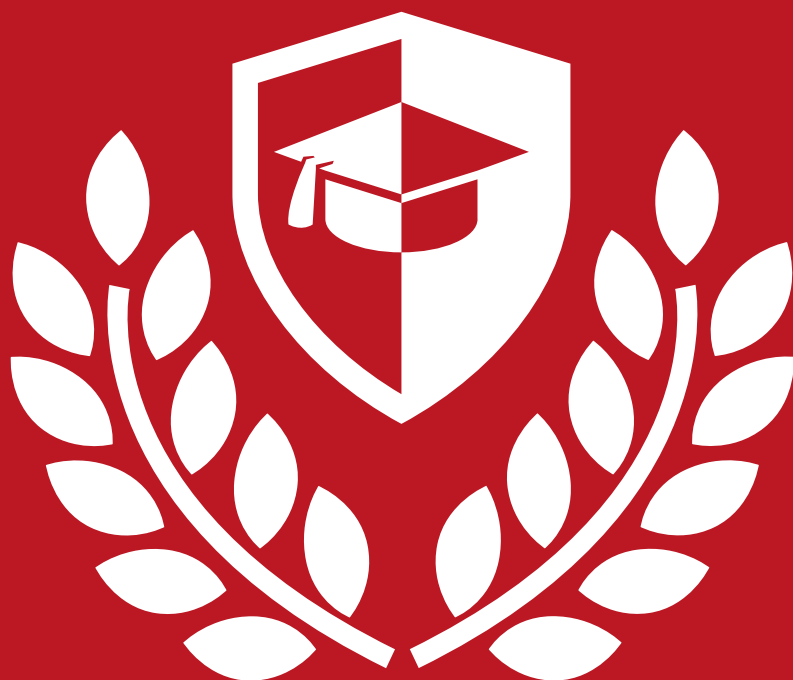


\*El servicio de prácticas solo está disponible para alumnos residentes en España.

## Bolsa de empleo

Nuestro grupo empresarial, con más de 30 años de experiencia en el sector de la educación, ha podido estrechar lazos con una gran variedad de empresas que acuden a nuestra escuela buscando talento entre nuestros alumnos, para seleccionar aquellos perfiles que mejor se adapten a sus necesidades.

Todos los alumnos de nuestra escuela pueden beneficiarse de estas oportunidades, ya que, **al matricularte en Mediterránea Business School, entras automáticamente a formar parte de nuestra bolsa de empleo**, donde podrás acceder a puestos de primer nivel en empresas nacionales e internacionales.



## SEDE CENTRAL

### MÁLAGA

C/ Steve Jobs 2  
Edificio Excelencia  
29590  
Parque Tecnológico

### MADRID

Avenida San Pablo 28,  
Edificio 2, 2º planta  
28823  
Coslada

### GRANADA

C/Baza Parc. 11  
L. 16-17  
Pol. Ind. Juncaril  
18220 Albolote

### ZARAGOZA

C/ Manuel Lasala  
Nº42, 1ª  
50006  
Zaragoza



**MEDITERRÁNEA  
BUSINESS SCHOOL**  
ESCUELA DE NEGOCIOS DEL MEDITERRÁNEO

 951 20 44 60

 [info@mediterraneabs.com](mailto:info@mediterraneabs.com)