



Máster Profesional en

---

**DIRECCIÓN DE MARKETING  
Y COMUNICACIÓN**

Modalidad  
**Online**





**Duración:** 650 horas.



**Modalidad:** 100% Online + Clases y Encuentros en directo



**Precio total:** 4.990 €  
Reserva: 990 €  
Mensualidad: 400 € (10 mensualidades)



**Bonificación** por FUNDAE.  
Ayudamos a su empresa a gestionar la bonificación. consúltenos 10 días antes de su inicio:

[serviciobonificaciones@camaramadrid.es](mailto:serviciobonificaciones@camaramadrid.es)

## ¿POR QUÉ ESTUDIAR ESTE MÁSTER?

El **Máster Profesional en Dirección en Marketing y Comunicación**, en modalidad online, como Título Propio de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, está dirigido a formar profesionales de la comunicación, que adquiriendo sólidos conocimientos de Marketing, sean capaces de diseñar y ejecutar planes de comunicación eficaces, que incorporen grandes dosis de creatividad y efectividad y puedan sacar el máximo rendimiento a las diferentes herramientas de comunicación tanto off line como online al servicio de la empresa u organización.

Ser capaces de integrar la Estrategia general de una empresa con las políticas y la estrategia de Marketing, y concienciarlos del enorme valor estratégico que la comunicación aporta al negocio y a la reputación corporativa.

Los alumnos aprenderán los métodos, procesos y técnicas para diseñar, planificar y desarrollar un plan de comunicación utilizando tanto soportes tradicionales como digitales, con especial relevancia a las redes sociales, y dirigidos tanto al público interno de la organización como externo.

Entender el nuevo entorno en el cual se desarrolla la Estrategia de Comunicación y la importancia de desarrollar habilidades y técnicas de gestión de situaciones de crisis de reputación para poder generar credibilidad y confianza tanto al público interno como al externo.

Con la realización de este Máster podrás desarrollar tu carrera profesional en un sector lleno de posibilidades.

## Dirigido a

Trabajadores que deseen mejorar sus competencias profesionales, profundizando y completando su experiencia con esta formación especializada.

Todas aquellas personas, emprendedores o estudiantes, que quieran adquirir nuevos conocimientos y especializarse, que les permita progresar en su trayectoria profesional o empleabilidad.

## Salidas profesionales

Entre las opciones profesionales, nuestros alumnos podrán ejercer de:

- Director de Marketing
- Director de Comunicación
- Responsable de Estudios de Marketing
- Responsable de Trade Marketing
- Técnico de Marketing y Comunicación
- Consultor estratégico

# Metodología

En el **Máster Profesional en Dirección de Marketing y Comunicación** se ha buscado un equilibrio entre el necesario rigor técnico de los contenidos y una presentación atractiva e intuitiva que facilite el seguimiento del programa, y que constituya una clara opción de aprendizaje bajo la modalidad online, de manera que los estudiantes vean satisfechas sus expectativas, a través de la comprensión y asimilación de todo lo relacionado con las unidades desarrolladas y su capacidad para aplicar estos conocimientos en la práctica diaria.

La modalidad **online** aporta además otra serie de ventajas y beneficios dado que el ritmo de aprendizaje lo marca el alumno, Habrá más libertad para organizar tus días como mejor te convenga, **aprenderás a tu ritmo** y podrás compaginar los estudios con el trabajo, familia, etc. Eliges cómo, dónde y cuándo estudiar, 24/7, solo necesitarás tener una conexión a Internet.

Además, como todo se hace en nuestro **Campus Virtual**, no tendrás que desplazarte a ningún lado para asistir a clase.

El programa cuenta además con diferentes **clases virtuales o encuentros en tiempo real** con el equipo docente, facilitando así el contacto directo alumno-profesor permitiendo una perfecta transferencia del Know How de forma bidireccional.

A lo largo del Máster se facilitará toda la documentación para el estudio, junto con ejercicios y actividades prácticas, además de diferentes pruebas de evaluación continua.



# Equipo docente

## Sandro Arrufat Martín

Director de comunicación y relaciones institucionales de Santander Financial Institute. Graduado en Periodismo. Experto en comunicación corporativa, redes sociales, marketing y relaciones con los medios de comunicación. Máster en Dirección de Comunicación Corporativa por EAE Business School y Máster en Comunicación, Protocolo y Organización de Eventos por la URJC. Profesor asociado del departamento de Comunicación y Sociología de la URJC. Profesor en EAE Business School en las áreas de Comunicación y Marketing.

## Diego Carlos Martín

Ingeniero Informático con más de 10 años de experiencia docente y más de 6 en el sector de marketing online. Máster en Digital Business Management. Autor del libro "SEO curso práctico" y del blog diegocmartin.com. Ocupado con las tendencias en analítica, SEO y la enseñanza.

## Itziar Portillo

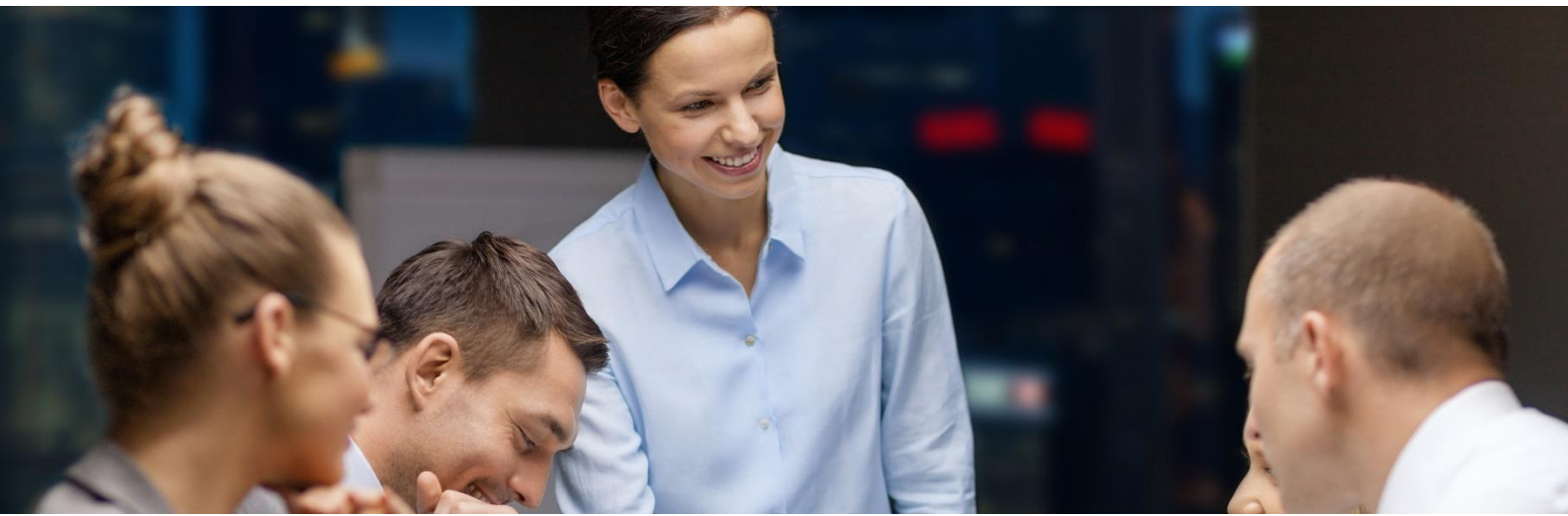
Licenciada en Gestión Comercial y Marketing por ESIC y diplomada en sociología por la UNED y con una experiencia profesional de más de veinte años en el sector con profundos conocimientos en el área de la Comunicación y en el diseño y puesta en marcha de planes estratégicos en una amplia variedad de sectores así como en la venta consultiva de planes de comercialización.

## José Luis Gómez

Licenciado en ADE, con más de 20 años de experiencia en dirección comercial y de marketing, en empresas nacionales y multinacionales de los sectores de consultoría de formación y de RRHH. Master Dirección Comercial y Marketing por el IE Business School, Master en Marketing e Investigación de Mercados, Master en Marketing y Comunicación Digital. Actualmente es consultor de empresas y profesor en una universidad y en Escuelas de Negocios.

## Mayte Navarro

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales (rama Empresa) por la Universidad de Sevilla. Máster en Desarrollo Local, Máster del Profesorado de Secundaria, Bachillerato y Ciclos Formativos así como diversos cursos de Doctorado. Docente en Máster de Recursos Humanos y en Dirección de Marketing y Comunicación de la Cámara de Comercio de Madrid. Amplia experiencia profesional en diversos ámbitos empresariales: Finanzas, Administración, Comercial y Ventas, Marketing y Desarrollo Local, entre otros.



# PROGRAMA

## Marketing estratégico

- 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 en comunicación y publicidad

- 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.

## Comunicación e imagen corporativa

- 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

## Oratoria

- 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

## Personal Branding

- 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.

## Fundamentos de Marketing

- 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.
- Organización de ventas y plan de marketing.

## Estrategia de Marketing digital

- 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

- 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.

### Análisis de mercados

- 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

### SEO y SEM

- 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

- 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

- 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.

### Trabajo Fin de Máster



## Escuela de Negocios



### Escuela de Negocios

Cámara Oficial de Comercio, Industria  
y Servicios de Madrid

Calle Pedro Salinas, 11 (Zona Arturo Soria)  
28043 Madrid



### Contáctanos

91 538 38 65

91 538 35 71

### INFORMACIÓN Y MATRÍCULAS

[elarning@camaramadrid.es](mailto:elarning@camaramadrid.es)



[www.camaramadrid.es](http://www.camaramadrid.es)