

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN EN MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA****COMPETENCIAS****COMPETENCIAS GENERALES**

Al finalizar los estudios del Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media en la Universidad Europea Miguel de Cervantes, los alumnos serán capaces de:

CG01 Capacidad de organización y planificación

CG04 Capacidad y habilidad para la toma de decisiones

CG05 Capacidad para trabajar en equipos de carácter interdisciplinar

CG06 Compromiso ético (saber aplicar la evidencia científica en la práctica profesional y mantener un compromiso ético y de integridad intelectual en el planteamiento de la investigación científica, básica y aplicada)

CG07 Capacidad de crítica y autocrítica

CG08 Habilidades interpersonales (tanto con miembros del entorno como con científicos/profesionales de otros centros)

CG10 Desarrollar hábitos de excelencia y calidad en el ejercicio profesional

CG11 Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)

CG13 Capacidad y habilidades de liderazgo

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

El alumno a lo largo de sus estudios en la Universidad Europea Miguel de Cervantes, irá desarrollando de manera secuencial y acumulativa la comprensión y el uso pertinente de los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

CE01 Capacidad para analizar e interpretar las necesidades y relaciones del entorno online y offline y las perspectivas con el fin de diseñar estrategias de negocio que den respuesta efectiva a las expectativas del cliente actual y futuro

CE02 Capacidad de entender y realizar un plan de marketing digital, que englobe todas las líneas de actuación de la empresa en dicho ámbito.

CE03 Capacidad de análisis y planificación de estrategias de marketing en web

CE04 Capacidad de análisis y comprensión de herramientas que permitan tomar decisiones de implementación de estrategias SEO

CE05 Capacidad de análisis y toma de decisiones para la selección de medios publicitarios y su

## COMPETENCIAS

impacto en el corto y mediano plazo.

CE06 Capacidad de análisis y toma de decisiones en la puesta en marcha y optimización de campañas de Google Adwords

CE07 Capacidad para diseñar e implementar sistemas de gestión de clientes en entornos digitales para conseguir su fidelización.

CE08 Capacidad para identificar, analizar, evaluar y resolver problemas asociados a la gestión de clientes en un entorno digital.

CE09 Capacidad para comprender cómo ha de integrarse la gestión de las redes sociales con la estrategia de marketing de la organización, su funcionamiento, estructuras y diseño

CE10 Capacidad de planificar, diseñar, implementar y gestionar la estrategia en social media de empresas online y offline

CE11 Capacidad de dirección de un proyecto de implantación de una tienda online tomando decisiones en cuanto a la tecnología y procesos más adecuados para cumplir con los objetivos de la dirección

CE12 Capacidad para analizar, entender y aplicar de forma autónoma métodos y herramientas aplicables a modelos de negocios digitales que permitan el desarrollo de un proyecto emprendedor en el entorno digital.

CE13 Capacidad de analizar indicadores vinculados al área de comercio electrónico y web y utilizar las TIC para su análisis y obtención de datos

CE14 Capacidad para analizar y presentar información, que permita tomar decisiones para la optimización de procesos de comercio electrónico y marketing en internet

CE15 Capacidad para aplicar con éxito los conocimientos adquiridos en el ámbito del marketing digital y social media.