

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

Gran competencia 1_Competencia para analizar una marca o negocio, su sector y los competidores, identificando sus necesidades clave para mejorar los resultados, así como para seleccionar los métodos más adecuados que permitan alcanzar estos objetivos, adoptando un enfoque estratégico y pragmático al diseñar propuestas de acción efectivas.

Subcompetencia SC1.1_Comprender la segmentación y el público objetivo de un proyecto, así como de las distintas plataformas digitales de marketing que será necesario activar.

Subcompetencia SC1.2_Definir la propuesta de valor de un negocio, entendiendo sus valores diferenciales y sus aportaciones al sector.

Conocimiento CO1.1_Comprender cómo las fórmulas tradicionales del marketing se integran con las nuevas tendencias y tecnologías, y evaluar su impacto en la adaptación a los cambios del mercado.

Conocimiento CO1.2_Conocimiento de las técnicas de investigación, tanto tradicionales como modernas, que facilitan una comprensión profunda de los clientes y sus necesidades.

Conocimiento CO1.3_Conocer los diferentes modelos de negocio, sus patrones y metodologías de trabajo

Habilidad o destreza HD1.1_Entender el sector al que pertenece un negocio e identificar a sus competidores principales a considerar estratégicamente

Habilidad o destreza HD1.2_Diseñar y diversificar presupuestos tanto para campañas publicitarias como para la gestión de marketing de influencia

Competencia transversal, actitud o valor_CT1.1 Guardar la confidencialidad y la discreción en el trato con el cliente y en el uso de sus datos de negocio.

Competencia transversal, actitud o valor_CT1.2 Interactuar de forma apropiada con los clientes o encargados de proyecto, así como con los compañeros de tareas a desempeñar.

Competencia transversal, actitud o valorCT1.3_Entender las necesidades del usuario que recibirá los mensajes diseñados en el plan de marketing o usará sus elementos

Gran competencia 2_Competencia para diseñar e implementar un Plan de Marketing Digital, aprovechando herramientas clave como redes sociales, SEO, SEM, comercio electrónico y CRM, entre otras, además de la capacidad para integrar nuevas tecnologías que optimicen la ejecución de las estrategias, asegurando la eficiencia y efectividad en el alcance de los objetivos de marketing.

Subcompetencia SC2.1_Diseñar y gestionar perfiles de empresa en las distintas redes sociales, así como crear un ambiente web-blog bien posicionado en buscadores.

Subcompetencia SC2.2_Diseñar campañas publicitarias en buscadores y redes sociales.

Subcompetencia SC2.3_Valorar el CRM y sus implicaciones en la organización en los entornos digitales.

Subcompetencia SC2.4_Diseñar un plan de marketing y ejecutar las estrategias que en él se indiquen recurriendo al uso de las herramientas digitales, con mayor peso en el aprendizaje de las

COMPETENCIAS

redes sociales.

Conocimiento CO2.1_Valorar los conceptos clave que guían la estrategia de marketing, facilitando la creación de campañas más efectivas y alineadas con los objetivos.

Conocimiento CO2.2_Valorar las tecnologías emergentes en marketing digital, aprovechando las herramientas innovadoras disponibles para potenciar las acciones de comunicación y promoción.

Habilidad o destreza HD2.1_Elaborar un estudio de palabras clave enfocado en optimizar el posicionamiento en buscadores.

Habilidad o destreza HD2.2_Utilizar las herramientas digitales de diagnóstico, planificación, publicación, diseño y ejecución vinculadas a todos los canales de marketing digital.

Habilidad o destreza HD2.3_Aplicar las nuevas tecnologías emergentes a las necesidades que proponga el Plan de Marketing en redes sociales con resultados medibles.

Habilidad o destreza HD2.4_Manejar herramientas para el análisis y optimización de las campañas publicitarias.

Habilidad o destreza HD2.5_Diseñar una web o ecommerce acorde a las necesidades y objetivos de una empresa.

Habilidad o destreza HD2.6_Desarrollar estrategias para distribuir de manera efectiva y jerárquica contenido de valor en diferentes canales digitales, como redes sociales, sitios web y blogs, con el fin de atraer, involucrar y fidelizar a la audiencia a largo plazo.

Habilidad o destreza HD2.7_Trabajar con los diferentes métodos de diseño, planificación y programación de contenidos audiovisuales.

Competencia transversal, actitud o valor CT2.1_Poder expresarse de forma oral y escrita con claridad, recurrir a un lenguaje específico a la hora de comunicar los mensajes de una estrategia de marketing.

Gran competencia 3_ Competencia para evaluar resultados, y redireccionar cualquier estrategia en función de métricas y analítica de datos

Subcompetencia SC3.1_ Descubrir los obstáculos de crecimiento en un negocio mediante una valoración cualitativa y cuantitativa.

Conocimiento CO3.1_ Conocer en profundidad las estrategias para gestionar crisis reputacionales en redes sociales, web corporativa y campañas publicitarias, protegiendo la imagen de la marca.

Habilidad o destreza HD3.1_ Interpretar las métricas de las herramientas de medición y extraer conclusiones a partir de ellas.

Competencia transversal, actitud o valor CT3.1_ Saber convencer de las necesidades que requiere un proyecto, apoyándose en valores cualitativos y cuantitativos.