



COLUMBUS

INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Postgrado en e-Marketing :

Web, SEO, SEM, SMO, Publicidad en Internet, ...



Estas enseñanzas no conducen a la obtención de títulos oficiales universitarios, sino a un Postgrado Profesional avalado por el reconocimiento de los organismos públicos y privados en los que trabajan los más de 2.000 profesionales formados en nuestras aulas a lo largo de 18 años de historia.

Contenido

1	CARTA DEL DIRECTOR DEL PROGRAMA.....	2
2	INTRODUCCIÓN.....	3
3	OBJETIVOS.....	4
4	PROFESIONALES A LOS QUE VA DIRIGIDO.....	4
5	REQUISITOS DE ADMISIÓN.....	5
6	METODOLOGÍA: WORKSHOPS.....	5
7	CALENDARIO y LUGAR DE IMPARTICIÓN.....	6
8	ESTRUCTURA DEL PROGRAMA.....	7
9	DIPLOMAS Y CERTIFICADOS.....	8
10	EVALUACIÓN.....	9
10.1	Normas Generales de Evaluación.....	9
10.2	Instrumentos de Evaluación.....	9
10.3	Evaluación del Trabajo Final de Curso.....	9
11	PRÁCTICAS EN EMPRESAS.....	9
12	BECAS.....	10
13	PERFIL Y CLAUSTRO DE PROFESORADO.....	10
14	MATERIAL DIDÁCTICO.....	11
15	SERVICIOS.....	11
16	TASAS ACADÉMICAS.....	12

1 CARTA DEL DIRECTOR DEL PROGRAMA

Los tres pilares de COLUMBUS IBS son el liderazgo, la estrategia y la internacionalización. Estos tres conceptos definen el área de trabajo en donde buscamos la excelencia y la ofrecemos a la sociedad que nos rodea y de la que formamos parte.

Tomándolos como referencia hemos desarrollado esta nueva edición del Postgrado en Marketing On Line, en donde lo que buscamos es formar para decidir. Esto lo hacemos mediante la difusión de herramientas apropiadas a cada situación, dentro de un entorno formativo esencialmente práctico. Tal es así que una de las metas del curso será, a su terminación, que cada asistente pueda implantar todo lo aprendido a la problemática propia de la empresa.

Así mismo, pretendemos con este programa dotar a los alumnos de una visión global de cada decisión, para lo que integramos en cada uno de los módulos diferentes perspectivas de forma que se analicen, se comprendan y se tomen decisiones después de valorar todas sus consecuencias.

COLUMBUS IBS quiere estar próxima a la empresa, cerca de cada uno de los retos que enfrenta, conociendo en profundidad cuales son y cuales las aspiraciones de futuro, de manera que podamos compartir un camino de éxito. Creemos firmemente que lo que debe durar para siempre tarda una eternidad en construirse, o dicho de otra forma, que esta labor es constante y continua, cambiante y permanente.

Fernando Bermejillo

2 INTRODUCCIÓN

¿Cómo gestiono la imagen de marca de mi empresa?

¿Cómo puedo rentabilizar mi presencia en las redes sociales?

¿Cómo optimizo la inversión en marketing online?

¿Qué herramientas 2.0 son útiles para mí y mi organización?

¿Cómo puedo convertirme en un buen Community Manager?

El postgrado en **e-Marketing** surge de la necesidad de formar a futuros profesionales para desarrollar la capacidad de gestionar la imagen de marca de las empresas en Internet y ser gestor y moderador de comunidades online.

La metodología propuesta para ello es el desarrollo de competencias mediante la realización de workshops y seminarios, así como la utilización de diferentes herramientas e instrumentos en el puesto de trabajo que redunden en la optimización del desempeño y la óptima dirección empresarial; todo ello propiciando la participación y creación de un sentimiento de autoeficacia creciente en el participante.

El plan de formación propone un intenso programa que exige en el participante una alta dedicación, supone un reto personal y profesional que pretende concluir con la consecución de los objetivos y finalidades de desarrollo del participante. En este sentido, el 100% de los titulados alcanzan sus metas laborales con y a través de Columbus.

Columbus IBS es la única Escuela de Negocios en el Valle del Ebro que cuenta con programas coherentemente diseñados por psicopedagogos y psicólogos, así como también con un sistema de Calidad que le permite ir mejorando la formación recibida y la satisfacción de sus alumnos. Busca siempre informar con claridad y exhaustivamente a sus alumnos con un criterio ético y pedagógico más que desde la mercadotecnia.

3 OBJETIVOS

El objetivo general del curso es que los profesionales que lo cursen adquieran y desarrollen los conocimientos y habilidades necesarias para:

- Planificar, desarrollar y ejecutar un Plan de Marketing On Line
- Diseñar o mejorar los contenidos de la web, pensando en la usabilidad de ésta.
- Posicionar la web de empresa mediante el posicionamiento en buscadores.
- Conocer el uso de todas las herramientas 2.0 que existen, para desarrollar un plan de marketing on line y aquellas que están apareciendo.
- Definir los objetivos de la participación en medios sociales (alineados con la visión de la empresa)
- Gestionar adecuadamente la reputación online de una empresa
- Determinar el grado de relación que tiene con su audiencia (clientes, proveedores y colaboradores)
- Averiguar si su audiencia participa en medios sociales, si no es así tal vez necesitemos una estrategia para inducirlos a participar.
- Determinar la emoción que trasmite su marca (seguridad, innovación, exclusividad, eficiencia, etc.).
- Conocer y entender los medios sociales existentes (Facebook, Linked In, Twitter, XING, Tuenti, etc.).
- Encontrar vías de colaboración entre la comunidad y la empresa.
- Analizar los resultados de la ejecución del plan y señalar puntos de mejora.

4 PROFESIONALES A LOS QUE VA DIRIGIDO

- A todos aquellos Responsables y Técnicos de Marketing que deseen conocer o aumentar sus conocimientos en marketing on line para poder aplicar lo aprendido en sus empresas.
- Para cualquier persona con formación universitaria y/o profesionales que tengan interés por los campos de marketing, comunicación o nuevas tecnologías y deseen adquirir unos conocimientos de acuerdo a la demanda real de nuestro entorno actual.

5 REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Edad mínima de referencia: 22 años.
- Certificación de haber realizado o estar realizando estudios universitarios o acreditación de ejercicio profesional cualificado.
- Cumplimentar el Contrato de Matrícula.
- Reserva de plaza (según programa).

6 METODOLOGÍA: WORKSHOPS

La diferenciación de este programa estriba en el diseño y desarrollo de **talleres** para la aplicación de herramientas e instrumentos en el mismo puesto de trabajo del profesional, así como en el trabajo final de Postgrado. De este modo se garantiza la aplicabilidad y pragmatismo de la acción formativa, así como la optimización de los procesos y la eficacia.

El programa se caracteriza por:

- Contemplar unos objetivos explícitos y funcionales (interesantes y útiles para el alumno).
- Tomar como referencia la adquisición y aplicación en el puesto de trabajo de diferentes instrumentos y herramientas.
- Incrementar el sentimiento de auto eficacia para abordar el quehacer diario.
- Proporcionar las ayudas al alumno.
- Favorecer la participación y aportación individual, comprometiendo e implicando al alumno.
- Contar con profesores con gran experiencia profesional y docente, que estimularán al alumno para que aporte sus ideas.

Los talleres de formación (workshops) combinan la teoría con la aplicación práctica de herramientas de gestión. El objetivo es formar a los profesionales en la utilización de herramientas de forma que posteriormente sepan aplicarlas en su empresa.

Este programa contempla la utilización de herramientas específicas de gestión dentro de cada uno de los talleres, que serán aplicadas en beneficio de la propia empresa una vez finalizado el módulo.

El sistema docente permite que los participantes realicen trabajos y estudios complementarios de forma individual y en equipos, para facilitar el intercambio de información y experiencias.

7 CALENDARIO y LUGAR DE IMPARTICIÓN

El plan de estudios se desarrolla a lo largo de 6 meses, en horario de viernes de 17 a 22.00 y sábados de 8.30 a 13.30 horas.

Inicio fase lectiva: 22 de octubre de 2010

Fin fase lectiva prevista: Abril de 2011

Fines de semana no lectivos:

Según festividades en Zaragoza.

Entrega del Trabajo final: Abril de 2011

El curso se impartirá en las instalaciones de COLUMBUS, aunque se podrían programar actividades complementarias fuera de la Escuela

8 ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

El programa acredita un mínimo de **30 créditos ECTS**, que incluyen las clases presenciales, las horas de estudio y evaluación y la preparación del proyecto final. El programa está estructurado de la siguiente manera:

POSTGRADO MARKETING 2.0
MÓDULO 1: Introducción
<ul style="list-style-type: none"> - Claves del nuevo marketing - Nuevos modelos de comunicación - Medios clásicos y digitales - Comunicar e Informar - E-branding - Comportamiento del consumidor de la nueva generación 2.0 - Estrategia de marca
MÓDULO 2: Social Media Marketing
<ul style="list-style-type: none"> - Redes Sociales y Comunidades virtuales: fundamento, definición y tipología - Análisis de las redes sociales más destacadas por número de usuarios - Blogs y microblogs - Plan de Marketing para los social media - Gestor de comunidades o Community Manager (funciones, libro de estilo y competencias necesarias) - Nuevas tendencias y aplicaciones en la empresa
MÓDULO 3: Identidad digital y Reputación on line
<ul style="list-style-type: none"> - Creación - Seguimiento y control - Gestión de crisis
MÓDULO 4: La web 2.0
<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos - Tags, Metatags, estilos CSS,.. - Diseño y usabilidad
MÓDULO 5: Marketing en buscadores
<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de buscadores - La experiencia Google - SEO - SEM
MÓDULO 6: Analítica Web
MÓDULO 7: Publicidad en internet
<ul style="list-style-type: none"> - Campaña de publicidad en Internet: como anunciante y como soporte - E-mail marketing - Afiliación - Mobile marketing - Medios on line - Marketing viral - Otras herramientas de e-marketing: el futuro
MÓDULO 8: Plan de Marketing 2.0
<ul style="list-style-type: none"> - Responsables - Relación con el resto de departamentos - Diseño y Ejecución
PROYECTO

Los módulos del postgrado pueden realizarse como cursos independientes, quedando de la siguiente forma:

- **Programa de Especialización en Gestión de Comunidades y Redes Sociales** (módulos 1, 2 y 3)
- **Programa de Especialización en Posicionamiento web** (módulos 4 y 5)
- **Curso de Analítica Web** (módulo 6)
- **Publicidad en Internet** (módulo 7)
- **Curso: ¿Cómo implantar un Plan de Marketing On line en la empresa?** (módulo 8)

La realización de alguno de estos cursos individualmente no da derecho al título de Postgrado. Para obtener el título es necesario realizar todos los módulos que componen el programa.

Si realiza uno o varios de estos módulos sin completar el programa, COLUMBUS otorgará Título de Especialización en los módulos superados.

9 DIPLOMAS Y CERTIFICADOS

Los requisitos para obtener la titulación de Postgrado son:

- La asistencia mínima al 80 % de las sesiones lectivas del curso.
- La elaboración/resolución de la totalidad de los trabajos y casos prácticos que sean planteados por los profesores de los diferentes módulos, en los casos que así ellos lo consideren y en los plazos que éstos señalen.
- La superación con aptitud de cada uno de los módulos del programa de estudios.
- La valoración con calificación mínima de “Apto” de la presentación y defensa del proyecto.

La superación con aprovechamiento de la fase teórica del curso exclusivamente, dará derecho a la obtención de un **Certificado de Asistencia al Postgrado en Marketing On Line**

La superación con aprovechamiento de todas las materias teóricas y el trabajo final da lugar a la titulación propia: **Postgrado en Marketing On Line**

10 EVALUACIÓN

Cada profesor decidirá cómo evaluar a los alumnos en su módulo. Se realizará conforme a la asistencia, participación, resolución de las actividades prácticas realizadas en clase, y/o el desarrollo de los trabajos de aplicación en su empresa.

10.1 Normas Generales de Evaluación

Aparte a los requisitos descritos para obtener el título de postgrado:

- Es imprescindible tener superadas todas las materias o módulos lectivos, según la forma de evaluación considerada por cada profesor, para poder presentar el trabajo de fin de curso.
- El sistema de calificación para cada área será el decimal tradicionalmente empleado.

10.2 Instrumentos de Evaluación

Al finalizar cada módulo, se podrá evaluar el aprovechamiento obtenido mediante la resolución de casos prácticos. El sistema de evaluación de cada uno de los módulos será expresamente descrito por cada uno de los profesores y registrado en la “Ficha Didáctica” que se entregará al alumno al comenzar la materia.

La evaluación final podrá exigir la realización, individualmente o por grupos de trabajo, de un trabajo fin de módulo.

10.3 Evaluación del Trabajo Final de Curso

Como aplicación práctica y real de los conocimientos adquiridos, los participantes han de elaborar un Proyecto Final sobre cualquiera de las materias impartidas en el curso. Dicho Proyecto Final constituye un compendio y una aplicación práctica de los principales contenidos del programa. Deberá presentarse en la convocatoria ordinaria y única que la Dirección Académica especificará oportunamente.

11 PRÁCTICAS EN EMPRESAS

COLUMBUS pretende formar a futuros responsables de marketing On Line, para lo que a lo largo del curso aquellos que lo soliciten pueden realizar prácticas formativas para la realización del proyecto de trabajo individual para su empresa, realizando también labores en el departamento de marketing, hasta un máximo de 5 meses (500 horas) improrrogables. En ningún caso, las prácticas en empresas podrán realizarse fuera del periodo del programa.

Como norma general, estas prácticas se realizarán en horario de mañanas. Los alumnos podrán iniciarlas cuando hayan asistido al menos al 50% de las sesiones lectivas. La Dirección académica, junto con la empresa, puede determinar que un alumno puede acceder con anterioridad al periodo de prácticas en empresas, según criterios de madurez, experiencia previa o acreditación de formación relacionada con la formación en un centro de trabajo.

El **objetivo de las prácticas** no sólo es dotar al alumno de un marco real para la realización de un proyecto, sino que pretenden además proporcionarle una experiencia en el ámbito laboral que le estimule su autoconfianza y su capacitación para el desempeño futuro de la ocupación en tareas de marketing.

El hecho de compatibilizarlas con el programa de clases presenciales, tutorías, realización del proyecto grupal, lecturas, etc. intensifica sensiblemente el esfuerzo global que el alumno debe realizar en el programa, permitiéndole desarrollar una excelente “capacidad de trabajo” y debiendo mostrarse eficiente en el ámbito puramente académico y en el de futura aplicación laboral. Además, garantiza la tutela, apoyo y asesoramiento de los profesores de las diversas materias frente a problemas reales que deba resolver.

12 BECAS

El alumno/a, a través de sus prácticas, podrá recibir una ayuda para su formación. Este tipo de ayudas no son obligatorias para la empresa, aunque son habituales. Columbus podrá gestionar la beca que el alumno/a pueda recibir de la empresa donde realice prácticas, si ésta lo solicita.

Del mismo modo, las gestiones realizadas por Columbus sobre estas becas conllevarán gastos de gestión de acuerdo a las Tasas académicas del año académico en curso, y que son públicas en la Web de Columbus, www.columbusibs.com.

13 PERFIL Y CLAUSTRO DE PROFESORADO

El profesor principal de cada materia es seleccionado desde el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Mínimo de diez años de experiencia laboral.
- Formación superior universitaria y de Postgrado o Doctorado.
- Acreditación para el ejercicio de la función docente.
- Competencia profesional contrastada en el área a impartir.

El responsable de la coordinación de los diferentes profesores y de su relación con los alumnos será el Coordinador del Postgrado, José Manuel Mencía, que además guiará al alumno en la realización del proyecto.

JOSÉ MANUEL MENCÍA LEAL

Ingeniero en Informática
MBA- Executive -
Diplomado en Marketing Estratégico
Coordinador de postgrado de COLUMBUS
CEO de GettinTalent

14 MATERIAL DIDÁCTICO

Las tasas incluyen durante el curso matriculado:

- La documentación para el desarrollo de los módulos.
- Tutorías durante el periodo lectivo.
- Uso de las instalaciones para uso académico.
- Tasas de expedición del título (se excluyen duplicados).
- Tasas de certificación académica (se excluyen duplicados).
- Netbook que pasa a ser propiedad del alumno, con el cual podrá acceder a la red Wifi de COLUMBUS en sus instalaciones.

15 SERVICIOS

- Instalaciones con más de 1.000 m², en pleno centro de Zaragoza.
- Aulas con conexión a Internet
- Red Wifi.
- Sala de informática con equipamientos renovados.
- Sistema de grabación para rol-playings.
- Servicio de Orientación y Desarrollo Profesional.
- Departamento de empresas (bolsa de trabajo)
- Aulas para trabajo en equipo.
- Área de Idiomas.
- Servicio de apoyo al alumno (alojamiento y adaptación para alumnos internacionales)
- Seguro de Accidentes para todos los alumnos matriculados.

16 TASAS ACADÉMICAS

POSTGRADO E-MARKETING

Tasas de matrícula: 2200 euros

Forma de pago:

- Preinscripción: 300 euros
- El resto (1900 euros) se puede fraccionar hasta en 7 mensualidades desde el inicio del programa.

Consúltenos otros posibles descuentos y facilidades de financiación, tenemos convenio con **BBVA** en Zaragoza, para financiar los programas de nuestros alumnos. A continuación aparecen anexadas las condiciones.

Si prefiere realizar sólo alguno de los Módulos que componen el postgrado, las tasas de cada uno de ellos serán las siguientes:

Programa de Especialización en Gestión de Comunidades y Redes Sociales (módulos 1, 2 y 3)

Tasas de matrícula: 900 euros

Programa de Especialización en Posicionamiento web (módulos 4 y 5)

Tasas de matrícula: 600 euros

Curso de Analítica Web (módulo 6)

Tasas de matrícula: 250 euros

Publicidad en Internet (módulo 7)

Tasas de matrícula: 350 euros

Curso: ¿Cómo implantar un Plan de Marketing On line en la empresa? (módulo 8)

Tasas de matrícula: 180 euros

Descuentos aplicables a todos los programas anteriores:

- 10% por matriculación antes del 30 de septiembre
- 10% a ex-alumnos de Columbus

Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO



Si está interesado en conocer el crédito de que dispone su empresa para financiarle todo o parte del curso, nosotros podemos hacerle un estudio y gestionarle la subvención, puesto que estamos acreditados como centro gestor.