

Máster en Estrategias Digitales y Marketing en Redes Sociales



# ÍNDICE

**1** | Somos Educa  
Business School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y  
acreditaciones

**4** | By EDUCA  
EDTECH  
Group

**5** | Metodología  
LXP

**6** | Razones por las  
que elegir Educa  
Business School

**7** | Programa  
Formativo

**8** | Temario

**9** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



FONDO  
SOCIAL  
EUROPEO



## BY EDUCA EDTECH

---

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



# Máster en Estrategias Digitales y Marketing en Redes Sociales



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO  
PERSONALIZADO**

## Titulación

Titulación de Máster en Estrategias Digitales y Marketing en Redes Sociales con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



### EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas  
expide el presente título propio

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a  
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica  
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Extranjería, Categoría Profesional del Consejo Profesional de la UNEDCO (Barr. Piedad 1044)

## Descripción

---

El Máster en Estrategias Digitales y Marketing en Redes Sociales te sumerge en el dinámico mundo del marketing digital, un sector en constante crecimiento y con una alta demanda laboral. En un entorno donde la comunicación digital y la publicidad son clave, este máster te dota de habilidades esenciales para destacar en el mercado. Aprenderás a crear estrategias efectivas en redes sociales, entender el comportamiento de los consumidores en internet y gestionar la reputación online. A través de módulos como Marketing Mobile y Publicidad y Social Media, Redes Sociales y Web 2.0, adquirirás conocimientos sobre cómo integrar el marketing móvil con estrategias online y offline, y desarrollar un plan de social media adaptado a las necesidades actuales. Además, el enfoque legal del marketing digital te preparará para navegar el complejo régimen jurídico del sector. Este máster online te ofrece la flexibilidad de aprender a tu ritmo, desde cualquier lugar, y te posiciona para liderar en el ámbito del marketing digital.

## Objetivos

---

'- Desarrollar estrategias creativas para campañas publicitarias digitales efectivas. - Diseñar un plan de marketing digital integrando SEO y SEM. - Analizar el comportamiento del consumidor en entornos digitales. - Implementar un plan de social media marketing orientado a resultados. - Optimizar la publicidad móvil basada en la geolocalización. - Evaluar la efectividad de estrategias en redes sociales con analítica avanzada. - Aplicar normativas de privacidad y seguridad en marketing digital.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Estrategias Digitales y Marketing en Redes Sociales está diseñado para profesionales del sector comunicativo y publicitario que buscan profundizar en la creatividad, el marketing digital y el análisis de redes sociales. Ideal para aquellos interesados en expandir su comprensión del comportamiento del consumidor digital y las estrategias en medios online.

## A quién va dirigido

---

Con el Máster en Estrategias Digitales y Marketing en Redes Sociales desarrollarás habilidades para gestionar eficazmente campañas de marketing digital y publicidad en redes sociales. Aprenderás a crear estrategias creativas de comunicación, entender el comportamiento de consumidores online y utilizar herramientas de analítica web. Además, podrás integrar el marketing móvil con estrategias online y offline, y gestionar la reputación online de manera efectiva, fortaleciendo tu papel como experto en social media.

## Salidas laborales

---

' - Community Manager para gestionar la presencia en redes sociales - Especialista en marketing digital para campañas en línea - Consultor en estrategias digitales para empresas - Analista de métricas y resultados en social media - Gestor de publicidad para dispositivos móviles - Responsable de e-commerce y ventas en línea - Asesor en comunicación digital y branding - Experto en SEO y SEM para optimización web - Desarrollador de contenidos para redes sociales

## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD: APROXIMACIÓN

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

1. ¿Qué es la comunicación?
2. El Marketing como raíz de la comunicación digital
3. Otros componentes del marketing (4 P's)
4. Comunicación integrada de marketing (CIM)

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN

1. ¿Qué es la Publicidad?
2. Elementos de la comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria
4. El Departamento de Publicidad en la empresa
5. Las Agencias de publicidad como emisor técnico
6. El canal de la comunicación: Medios Publicitarios ATL (Above The Line)
7. El receptor de publicidad: el mercado y los consumidores
8. Estrategias publicitarias y de comunicación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD

1. ¿Qué es la creatividad?
2. Los encargados de la creatividad en las empresas
3. El briefing creativo
4. La creatividad en el medio digital
5. El Copywriting
6. Formatos y técnicas para aplicar la creatividad
7. El packaging como elemento creativo
8. El Portafolio creativo

### MÓDULO 2. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Marketing electrónico o Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1. Las 4F's del Marketing Online: Flujo, funcionalidad, feedback y fidelización
2. Tipos de Marketing Online

3. El marketing como medio para conseguir unos objetivos

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs. Marketing tradicional: ventajas y características
2. Investigación comercial en marketing digital: recoger información
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Estrategia de Marketing Online

## MÓDULO 3. COMPONENTES DEL MARKETING DIGITAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESAS DIGITALES Y MARKETING MIX

1. Marketing Mix: dimensiones y variables
2. Producto
3. Precio
4. Distribución
5. Comunicación

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE INTERNET

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. Los estímulos de marketing en los consumidores e internautas
3. Elaboración de estrategias adaptadas al comportamiento del internauta
4. Variables que inciden en el comportamiento del internauta

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRANDING Y POSICIONAMIENTO EN INTERNET

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y Nuevas tendencias

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. El plan de marketing digital: Mapa de rutas
2. Análisis de la competencia: estrategias empresariales
3. Análisis de la demanda: Monitoricemos gustos, preferencias, usos y costumbres
4. Análisis DAFO
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento y definición de objetivos
7. La Imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

## MÓDULO 4. MEDIO ONLINE: COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL ENTORNO DIGITAL

1. Origen de Internet, la World Wide Web y los buscadores
  1. - Hipertexto, Multimedia, Hipermedia y lenguaje HTML
  2. - La fotografía en el medio digital
  3. - La convergencia digital
2. Internet como fuente de información
3. Herramientas de comunicación digital
4. Origen de la web 2.0
5. Características y ventajas de la web 2.0
6. Web 2.0 orientada a empresas y consumidores
7. Proceso continuo de transformación: la web 3.0

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ANUNCIANTE EN LA RED

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online y confianza
3. Identidad digital: determinación de unos rasgos propios
4. E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?
5. Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. Introducción al comercio electrónico
3. Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossuser
4. El comportamiento de los usuarios de Internet
5. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN: SERVICIOS ONLINE

1. Formularios de contacto
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Tecnologías de aplicaciones web
5. Servicios de alojamiento de archivos: fotografías, vídeos y audio

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
2. Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
3. Tipos de redes sociales: Conectarnos
4. Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario
5. Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
6. Importancia y repercusión de las redes sociales
7. Las redes sociales como intercambio constante de información
8. Redes sociales en dispositivos móviles

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRM EN EL MEDIO ONLINE

1. Marketing de relaciones

2. Del CRM al e-CRM
3. Estrategia de atención al cliente
4. Optimización en la gestión del marketing relacional
5. Real time management
6. Social CRM y generación de leads

## MÓDULO 5. MARKETING MOBILE Y PUBLICIDAD

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MOBILE MARKETING

1. Introducción al Mobile Marketing
2. ¿Cómo se hace el Mobile Marketing?
3. Evolución de Mobile Marketing
4. ¿Qué constituye el Mobile Marketing basado en IA?
5. Nuevas tendencias de consumo: Realidad Aumentada y Vídeo Corto
6. Evolución a la Personalización y Experiencia del Usuario (UX)

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBJETIVOS Y ANÁLISIS EN MOBILE MARKETING

1. Importancia del análisis en la estrategia mobile
2. Variables de género y edad
3. Variable Ingresos
4. Objetivos en Mobile Marketing
5. Seguimiento de campañas

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLICIDAD MOBILE y COMPRA PROGRAMÁTICA

1. Tipos de publicidad
2. Publicidad Inmersiva: Video Vertical, Reels y Experiencias Shoppable
3. Creación de campañas publicitarias en dispositivos móviles
4. Ejemplos de campañas de publicidad mobile
5. Redes y plataformas de publicidad mobile

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTEGRACIÓN DEL MARKETING MOBILE EN LA ESTRATEGIA ON Y OFF

1. Comunicación integrada en el mensaje
2. Integración del mobile marketing en la estrategia offline
3. Integración del mobile marketing en la estrategia online
4. Marketing Conversacional y Chatbots con IA

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA MOBILE

1. Diseño adaptado a dispositivos móviles: Responsive Design
2. Mobile Marketing Mix: contenido Breve y novedoso
3. Plan Estratégico Mobile: Mobile-First con Prioridad en la Privacidad
4. Formatos de publicidad móvil: formatos Interactivos y Playables
5. Estrategias de Retención y Re-Engagement
6. Mobile Adserver
7. Mobile Advertising
8. Integración online y mobile: experiencias Sin Fricción

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL NEGOCIO MOBILE MARKETING Y APPS

1. Internet tradicional vs Mobile : el papel del 5G
2. Micromomentos de consumo
3. Serverless/Low-Code
4. Aplicaciones móviles
5. Estrategia en apps
6. Contenidos en apps Video Corto y Live Shopping
7. Modelos de negocios en aplicaciones
8. Promoción de aplicaciones

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. TELEVISIÓN Y MÓVILES

1. Introducción
2. Televisión y dispositivos móviles
3. Contenidos para televisión móvil
4. Publicidad Programática en CTV y Atribución Cross-Device

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA MOBILE

1. introducción al mobile analytics
2. Google Analytics 4 (GA4) y Firebase
3. Mobile Analytics vs Web Analytics
4. Herramientas y seguimiento mobile:Mapas de calor y sesiones de usuario
5. Claves para la medición en marketing móvil

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. GEOLOCALIZACIÓN

1. Introducción a la geolocalización
2. Sistemas de geolocalización y tecnología híbrida
3. Trabajar la geolocalización
4. Proximity Marketing y Geofencing
5. Geolocalización en Interiores (IPS y Beacons)

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. USUARIO MOBILE

1. Tendencias de consumo móvil
2. Prosumer
3. La generación Touch o Táctil
4. Hiperconectividad
5. El móvil en el Customer Journey
6. Usuario multitasking o multitarea
7. Periodismo ciudadano y mobile

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. MOBILE SOCIAL MEDIA

1. Redes sociales
2. Estrategia mobile social media
3. Atención al cliente en social media
4. Publicidad social

5. Monitorización de las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 12. M- COMMERCE

1. Introducción al M-commerce
2. Pagos Móviles Frictionless, Billeteras Digitales y Tokenización
3. Seguridad del M-Commerce
4. Mobile Business: Freemium, Premium y Suscripciones
5. Retail Media Mobile: Publicidad con Datos de Primera Parte (First-Party Data)
6. Mobile Shopping y Showrooming
7. ASO (App Store Optimization) y Growth Mobile

MÓDULO 6. SOCIAL MEDIA, REDES SOCIALES Y WEB 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA WEB

1. Origen de la Web 2.0 y 3.0
2. Principales características de la Web 3.0
3. Aportación de la Web 3.0 tanto a empresas como a consumidores
4. Ventajas de la Web 3.0
5. La Web 4.0
6. Video tutorial: La evolución de la web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIONES DE LA WEB EN EL MARKETING

1. Formularios de contacto
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones en línea
5. Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
6. Evolución del perfil de usuario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

1. La integración de las redes sociales en la estrategia corporativa de la empresa
2. Tipos de redes sociales
3. Ventajas y desventajas de las redes sociales
4. Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
5. Importancia y repercusión de las redes sociales
6. Las redes sociales como intercambio constante de información
7. Video tutorial: Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)

1. Marketing en Redes Sociales, el SMM
2. Nuevos consumidores: prosumer y crossumer
3. Escuchar a tus seguidores
4. Animar a participar
5. Cómo mejorar la experiencia de compra del consumidor

6. Seguimiento de audiencias
7. Publicidad en social media
8. El poder del efecto viral
9. Video : Social Media Marketing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online
3. Identidad digital
4. Reputación dañada, como gestionar este tipo de crisis
5. Principales herramientas e indicadores
6. Video tutorial: Gestión de reputación online de una marca

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA PLAN

1. El plan de medios sociales
2. Objetivos y estrategia del plan de medios sociales
3. Posicionamiento e imagen de marca
4. Captación y fidelización de audiencias
5. Integración del plan de medios sociales en la estrategia de marketing de la empresa
6. Video tutorial: Social Media Strategic

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. SOCIAL MEDIA MOBILE

1. Redes Sociales en dispositivos móviles
2. Tipos de redes sociales móviles
3. Estrategia de contenidos en redes móviles
4. Uso de las redes en mi empresa
5. Errores que no se deben cometer
6. Video tutorial: Optimización Mobile

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA FIGURA DEL SOCIAL MEDIA MANAGER

1. ¿Qué es un Social Media Manager?
2. La figura del Social Media Manager en la empresa
3. Competencias y responsabilidades
4. La organización del profesional en redes sociales
5. Principios sobre la gestión del tiempo
6. Herramientas de gestión y monitorización para rentabilizar el tiempo en la Web
7. Objetivos y seguimiento del Social Media Manager
8. Errores que no debe cometer un Social Media Manager
9. Video tutorial: Social Media Manager

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS EN REDES SOCIALES

1. Análisis del tráfico en redes sociales
2. Fijar objetivos en redes sociales
3. Facebook
4. Twitter

5. Youtube
6. Twitch
7. Instagram
8. TikTok
9. Blogs
10. Reputación online
11. Vídeo tutorial: Posicionamiento web

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES

1. Servicios en las Redes Sociales
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Protección de la Propiedad Intelectual
5. Protección de los consumidores y usuarios
6. Delitos en las redes sociales
7. Menores e incapaces en las redes sociales
8. Vídeo tutorial: Protección de datos en redes sociales

#### MÓDULO 7. RÉGIMEN JURÍDICO DEL MARKETING DIGITAL

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE FUENTES EN MARKETING DIGITAL

1. Consideraciones previas. Amparo constitucional
2. Las fuentes del marketing digital
  1. - Ley General de Publicidad de 11 de noviembre de 1988
  2. - Ley de Competencia desleal de 10 de enero de 1991
  3. - Otros textos de referencia

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
  1. - Referencia al Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD)
2. Requisitos de información para los consumidores
  1. - Información de nuestra web
3. Seguridad de la información y las comunicaciones electrónicas
  1. - Seguridad en Internet
  2. - Firmas digitales
  3. - Certificado digital
  4. - La factura electrónica
4. Responsabilidad de las comunicaciones electrónicas

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Marco legal y jurídico de la seguridad de la información
  1. - Normativa comunitaria sobre seguridad de la información
  2. - Normas sobre gestión de la seguridad de la información: Familia de Normas ISO 27000
  3. - Legislación española sobre seguridad de la información
2. Bases de datos: cloud computing

3. Direcciones de correo electrónico
4. El uso de Cookies-

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL APLICADA AL MARKETING DIGITAL

1. Propiedad intelectual y marketing digital
2. Propiedad industrial y marketing digital
  1. - Las marcas y el marketing
3. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes
  1. - Derechos de propiedad intelectual de terceros
  2. - Relación Agencia Cliente

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LEY DE SERVICIOS DE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Objeto de la LSSI-CE y ámbito de aplicación
  1. - Objeto de la LSSI-CE
  2. - Ámbito de aplicación de la LSSI-CE
2. Obligaciones y régimen de responsabilidad
3. Infracciones y sanciones
  1. - Infracciones
  2. - Sanciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING Y WEB 3.0

1. Acciones de marketing en la web 3.0
  1. - Creación de espacios 3.0
  2. - La protección de los menores en entornos 3.0
2. Publicidad en entornos 3.0
3. Concursos y sorteos online

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de la Reputación Online
  1. - Investigación y monitorización de la reputación online
  2. - Prácticas de la gestión online
2. Riesgos de la reputación online. El efecto Streisand
  1. - Los riesgos de la reputación online
  2. - El efecto Streisand
3. Marco legal de la reputación online
  1. - La imagen corporativa
  2. - El derecho al olvido

#### MÓDULO 8. LEARN AND PRACTICE ENGLISH (UPPER INTERMEDIATE B2)

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. RELATIVES

1. Listening: Home sweet home
2. Reading: Household tasks
3. Grammar : Present tenses

4. Writing: How to write informal e-mails

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. FREE TIME

1. Listening: Important choice
2. Reading: Unforgettable summer
3. Grammar: Past tenses
4. Writing: How to write a story

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. I GOT A JOB

1. Listening: Welcome to the office
2. Reading: Study and work
3. Grammar: Future tenses
4. Writing: How to write a formal letter

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. SHOW MUST GO ON

1. Listening: Music or theatre?
2. Reading: Talent show
3. Grammar: Conditional sentences
4. Writing: How to write an essay

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. SHOPPING DAY

1. Listening: Internet or shopping centre?
2. Reading: Luxury in London
3. Grammar: Modal verbs
4. Writing: How to write a review

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIFFERENT WORLD

1. Listening: Nature-tourism industry
2. Reading: Green houses
3. Grammar: Reported speech
4. Writing: How to write an article

