UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

nticmaster

Máster de Formación Permanente en

MARKETING DIGITAL

16ª EDICIÓN

Facultad de Comercio y turismo
Universidad Complutense de Madrid

PROGRAMA

1. Imagen y vídeo con IA generativa IA
2. Marca personal IA
3. Amazon Advertising IA
4. Excel + IA para marketing IA
5. IA aplicada: prompting, automatización y agentes IA
6. WordPress y contenidos web con IA IA
7. Herramientas de ecommerce
8. Big data e IA para business analytics IA
9. Analítica digital con Google Analytics
10. SEO y GEO: posicionamiento en buscadores y en IA IA
11. SEM: publicidad en buscadores y en IA IA
12. CRO: optimización de la conversión
13. Social media estratégico IA
14. Compra programática y RTB IA
15. Growth hacking
16. Mobile marketing
17. Email marketing
18. Storytelling y copywriting IA
19. Reputación online
20. Emprendimiento
21. Trabajo final de máster

La importancia del Marketing Digital

La búsqueda ya no empieza solo en Google

Los usuarios preguntan a asistentes de IA y leen respuestas generadas antes de hacer clic en ningún enlace. Aparecer en esas respuestas exige trabajar el SEO y el GEO a la vez.

Campañas automatizadas, con supervisión

Las plataformas publicitarias automatizan con IA pujas, audiencias y creatividades. El trabajo ya no es tocar cada botón, sino dar al algoritmo buenos datos y objetivos y saber cuándo corregirlo.

Medir para decidir

Sin analítica, el marketing es intuición. Saber qué canal trae clientes rentables, qué mensaje convierte y a dónde mover el presupuesto es lo que justifica cada euro invertido.

La marca se construye en conversación

Redes sociales, creadores de contenido y reseñas influyen cada vez más en lo que se compra. Escuchar, responder y cuidar la reputación en tiempo real forma parte del día a día del marketing.

Datos propios frente a cookies

Con las restricciones a las cookies de terceros y las normas de privacidad, los datos que la marca recoge con permiso se han convertido en su activo más valioso para segmentar y medir.

Contenido a escala, criterio humano

La IA generativa produce textos, imágenes y vídeos en minutos. Lo que marca la diferencia es la estrategia, la coherencia de marca y saber contar historias que alguien quiera leer.

Retail media y nuevos soportes

Los marketplaces y los asistentes de IA venden publicidad basada en datos de compra y de conversación. Son canales que cualquier plan de medios tiene que tener en cuenta.

¿Por qué estudiar un Máster de Marketing Digital?

Nunca ha habido tantas formas de llegar a un cliente: Google, Instagram, TikTok, Amazon, el email, los creadores de contenido o los asistentes de IA. Tampoco ha sido nunca tan fácil gastar un presupuesto sin saber qué parte ha funcionado. Lo que distingue a un buen profesional del marketing digital no es manejar todas las herramientas, sino saber cuáles encajan con cada negocio, cuánto invertir en cada una y cómo demostrar con datos que han traído clientes. Este máster recorre todos esos canales con una idea en el centro: cada decisión tiene que poder medirse.

Lo aprendes haciendo. Cada módulo se evalúa con un trabajo práctico: tu propia web, una campaña en Google Ads, una tienda online, un plan de social media. Al final lo juntas todo en un plan de marketing digital completo para una marca o un producto, el tipo de trabajo que harás en una agencia o en un departamento de marketing.

La IA recorre buena parte del programa, aplicada a cada área del marketing. Pero aquí la tratamos como lo que es, una herramienta que acelera el trabajo, no un sustituto del criterio, de la estrategia ni del conocimiento del cliente.

Tus profesores son profesionales en activo de agencias, marcas y empresas tecnológicas de referencia, y te enseñan cómo se trabaja de verdad en sus equipos. Esa es la diferencia entre estudiar marketing digital y aprender a hacerlo.

¿Por qué estudiar en la Universidad Complutense de Madrid?

La Universidad Complutense de Madrid (UCM) es una de las instituciones educativas más destacadas de Europa, **reconocida por el prestigioso QS World Ranking como la mejor de España**.

Ofrece una amplia gama de oportunidades y beneficios para los estudiantes, así como una excelencia académica reconocida, una calidad docente de primer nivel.

El prestigio de la universidad está avalado por:

QS STARS ★★★★★

La universidad hispanohablante con **la máxima calificación en el ranking** de la reconocida consultora **QS World University Rankings**.

7 Premios Nobel, 20 Príncipes de Asturias, 7 Premios Cervantes, etc.

Una de las **instituciones educativas más destacadas** de España y Europa.

Más de **500 años de historia** y reconocimiento social.

Más de 90 títulos de grado, 30 dobles grados, 200 programas máster, y **estudios de formación permanente.**

Excelencia académica reconocida, una calidad docente de primer nivel.

Estudiantes de **más de 90 países** y convenios con universidades de los 5 continentes.

¿Por qué estudiar un Máster en Formación Permanente?

Nuestros módulos formativos combinan una base teórica con ejercicios prácticos basados en situaciones reales de las empresas. Además, todos los módulos se evalúan con tareas prácticas, no con exámenes, tratándose de un programa de configuración eminentemente práctica.

La preparación del Trabajo Final de Máster (TFM) garantiza la puesta en práctica de todos los conceptos adquiridos a lo largo del curso, capacitando definitivamente al alumno para asumir responsabilidades dentro de un entorno laboral real.

Si hay algo que ***afianza los conceptos teóricos*** *de un programa educativo es la* ***práctica****.*

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | nticmaster

INFORMACIÓN

Duración	**1 año académico**
Créditos ECTS	**60**

Modalidad Presencial

Viernes tarde y sábados mañana en la universidad

Modalidad Semipresencial

3 semanas en presencial en la universidad y en la plataforma online

Modalidad Online

100% desde nuestra plataforma online

PROGRAMA

Los módulos de aprendizaje de marketing digital más completos enseñados de forma eficaz para el alumno.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ntic master

MÓDULO

Imagen y vídeo con IA generativa

IA **IA en este módulo:** generación y edición de imagen y vídeo, y contenido de marca creado con IA.

Transforma un texto en una imagen, un vídeo o una campaña de marca completa sin saber de diseño ni de edición. Crear contenido visual ya no depende de una agencia ni de un equipo de producción: es una habilidad que cualquier profesional del marketing digital puede dominar.

Aprende a **producir imágenes de calidad profesional a partir de prompts**, con estilo y coherencia de marca, adaptadas a cada formato y canal, y a mejorar su resolución con edición generativa. Crea y edita también vídeo con IA para redes sociales, web y campañas publicitarias.

Diseña **flujos de trabajo automatizados que integren la generación de imagen y vídeo en un proceso continuo y reproducible**. Así produces contenido a escala, reduces los tiempos de entrega y mantienes la calidad, algo que aprovecharás en social media estratégico y email marketing.

Cierra el módulo con el contenido de marca generado con IA: herramientas que parten de tu perfil de negocio o de tu web corporativa para crear y gestionar campañas alineadas con tu identidad visual. **Terminas con piezas reales creadas de principio a fin con inteligencia artificial**.

Contenidos:

- ➔ Generación y edición de imagen con IA.
  - ◆ Prompts para imágenes con estilo y coherencia de marca.
  - ◆ Variaciones adaptadas a cada formato y canal.
  - ◆ Mejora de resolución y edición generativa.
- ➔ Creación y edición de vídeo con IA.
  - ◆ Vídeo para redes sociales, web y campañas publicitarias.
- ➔ Automatización de la producción multimedia.
  - ◆ Flujos de trabajo automatizados de imagen y vídeo.
  - ◆ Producción de contenido a escala sin perder calidad.
- ➔ Contenido de marca generado con IA.
  - ◆ Campañas a partir del perfil de negocio o la web corporativa.
  - ◆ Coherencia visual e identidad corporativa.

MÓDULO

Marca personal

IA **IA en este módulo:** ChatGPT y Gemini para crear contenido y estrategias avanzadas de branding personal.

Conviértete en un profesional con nombre propio en el sector que elijas. Parte de **un diagnóstico honesto de tu situación actual** (fortalezas, debilidades y consecuencias), **define el propósito de tu proyecto de Personal Branding y decide entre las alternativas** que tienes para alcanzar tus metas.

Construye la identidad sobre la que se apoya tu marca: identifica las cualidades que te diferencian, diseña una oferta profesional que resuelva problemas reales y elige el mercado y el área de especialización donde quieres ganarte la confianza de tu audiencia. Dale forma con nombres, eslóganes y logos memorables.

Gestiona tu reputación dentro y fuera de internet y **posiciónate como referente con un mensaje de presentación** que se recuerde. Traza tu plan de marketing personal, cuida tu red de contactos y practica cómo hablar en público, usar los medios sociales y conseguir cobertura en medios, incluso con un libro propio.

Termina el módulo llevando **tu marca personal al terreno de la IA**: usa ChatGPT y Gemini para crear contenido y diseña estrategias avanzadas de branding personal apoyadas en estas herramientas.

Contenidos:

- Diagnóstico de tu marca personal.
  - Fortalezas, debilidades y situación actual.
  - Elementos y fases del proyecto de Personal Branding.
  - Propósito, alternativas y toma de decisiones.
- Identidad y oferta profesional.
  - Cualidades que marcan tu ventaja competitiva.
  - Diseño de tu oferta profesional.
  - Mercado y área de especialización.
  - Nombres, eslóganes y logos memorables.
- Reputación y posicionamiento.
  - Conexión emocional con tu audiencia.
  - Reputación dentro y fuera de internet.
  - Posicionamiento como referente y mensaje de presentación.
- Visibilidad y notoriedad.
  - Plan de marketing personal.
  - Red de contactos.
  - Hablar en público, medios sociales y cobertura en medios.
- Branding personal con IA.
  - ChatGPT y Gemini para crear contenido.
  - Estrategias avanzadas de branding personal con IA.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | ntic master

MÓDULO

Amazon Advertising

IA **IA en este módulo:** IA para contenidos, análisis y optimización, y Rufus en el descubrimiento de productos.

Entiende Amazon como lo que es: un entorno de compra, descubrimiento y publicidad que conecta marcas y consumidores durante todo el proceso de compra. **Aprende a vender y desarrollar tu marca en él, desde las diferencias entre los modelos Seller y Vendor y la logística FBA o FBM hasta el catálogo y la optimización** de las fichas de producto.

Analiza **cómo el contenido, el precio, la disponibilidad, la entrega y las valoraciones influyen** en la decisión de compra, y apóyate en herramientas como Brand Stores, contenido A+, Amazon Vine, promociones y Brand Analytics para ganar visibilidad y conversión.

Planifica, configura y optimiza campañas de Sponsored Products y Sponsored Brands, con segmentación por palabras clave y productos, campañas automáticas y manuales, concordancias y exclusiones. Interpreta métricas como CPC, CTR, ACOS, ROAS y TACOS para ajustar pujas y presupuestos según los objetivos y los márgenes del negocio.

Explora además el papel de **Amazon en el retail media, la publicidad de vídeo, audio y display con Amazon DSP y Amazon Marketing Cloud, y la IA aplicada a contenidos y optimización**, incluido Rufus. Los casos prácticos de lanzamiento, competencia y crecimiento de marcas cierran el módulo.

Contenidos:

- Amazon en la estrategia de marketing.
  - Comercio electrónico, retail media y distribución.
- Vender en Amazon.
  - Modelos Seller y Vendor.
  - Logística FBA y FBM.
  - Catálogo y optimización de fichas de producto.
- Visibilidad y conversión.
  - Contenido, precio, disponibilidad, entrega y valoraciones.
  - Brand Stores, contenido A+, Amazon Vine, promociones y Brand Analytics.
- Campañas de Amazon Ads.
  - Sponsored Products, Sponsored Brands y display.
  - Segmentación por palabras clave y productos.
  - Campañas automáticas y manuales, concordancias y exclusiones.
  - Pujas, presupuestos y optimización.
- Métricas e informes.
  - CPC, CTR, conversión, ACOS, ROAS y TACOS.
- Retail media e IA.
  - Amazon DSP, vídeo, audio y Amazon Marketing Cloud.
  - IA para contenidos, análisis y optimización.
  - Rufus y el descubrimiento de productos.
- Casos prácticos de lanzamiento, competencia y crecimiento de marcas.

MÓDULO

Excel + IA para marketing

IA **IA en este módulo:** IA para analizar datos, generadores de fórmulas y complementos con IA.

Domina Excel como herramienta de trabajo diaria del marketing digital, sea cual sea tu nivel de partida. Úsalo para **gestionar listas de correo, seguir la actividad de tu web, analizar los datos de redes sociales, calcular presupuestos y preparar informes** de análisis.

Empieza por lo que lo hace todo posible: la interfaz, los formatos, el estilo de fuente y la presentación de tus hojas. Calcula con fórmulas y referencias y apóyate en las funciones de Excel para **resolver en minutos tareas que a mano te llevarían horas**.

Lleva **el análisis más lejos con el complemento Análisis de Datos, Solver y las macros**, y resume y representa la información con tablas dinámicas, gráficos y gráficos dinámicos.

Termina el módulo incorporando la inteligencia artificial a Excel: **usa IA para analizar datos, genera fórmulas con IA y prueba los complementos que integran IA** en la propia hoja de cálculo.

Contenidos:

- Excel aplicado al marketing digital.
  - Listas de correo, actividad web y datos de redes sociales.
  - Presupuestos e informes de análisis.
- Manejo de la hoja de cálculo.
  - Interfaz, formatos, fuentes y presentación.
  - Fórmulas, referencias y funciones.
- Análisis de datos.
  - Complemento Análisis de Datos y Solver.
  - Macros.
  - Tablas dinámicas, gráficos y gráficos dinámicos.
- IA en Excel.
  - IA para el análisis de datos.
  - Generadores de fórmulas con IA.
  - Complementos con IA para Excel.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | ntic master

MÓDULO

IA aplicada: prompting, automatización y agentes

IA **IA en este módulo:** todo el módulo: prompting, automatización con n8n y agentes de IA.

Incorpora la IA a tu forma de trabajar, sin conocimientos técnicos ni experiencia en programación. Aprende a hablar con ella, a automatizar tareas y a construir sistemas que trabajen por ti, y aplícalo en el resto de áreas del máster: contenido, analítica, SEO o publicidad digital.

Escribe **prompts eficaces a partir de su anatomía** (rol, contexto, tarea y formato) y mejora las respuestas de forma iterativa hasta pasar de una respuesta genérica a una útil. Crea tu propia biblioteca de prompts reutilizables para texto, imagen y otros formatos.

Automatiza tareas repetitivas conectando herramientas: empieza con automatizaciones sencillas en Google Workspace y avanza hasta flujos completos en n8n que unen modelos de IA con el resto de aplicaciones de tu stack de marketing.

Termina el módulo con los **agentes de IA, sistemas capaces de tomar decisiones, encadenar tareas y resolver problemas de forma autónoma**: entiende en qué se diferencian de un chatbot y construye tu primer agente para un caso de uso real.

Contenidos:

- Prompt engineering.
  - Anatomía de un prompt: rol, contexto, tarea y formato.
  - Mejora iterativa de respuestas.
  - Biblioteca de prompts para texto, imagen y otros formatos.
- Automatización de tareas con IA.
  - Automatizaciones sencillas con Google Workspace.
  - Flujos completos en n8n conectados a modelos de IA.
- Agentes de IA.
  - Qué son y en qué se diferencian de un chatbot.
  - Agentes basados en modelos de lenguaje.
  - Tu primer agente para un caso de uso real.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | ntic master

MÓDULO

WordPress y contenidos web con IA

IA **IA en este módulo:** IA generativa y plugins para crear y publicar contenido a escala.

Crea desde cero tu propio blog o página web sobre el proyecto que quieras con WordPress, el CMS líder en el mundo. Descubre paso a paso y con ejemplos cómo funciona la plataforma y configura los roles de administrador, autor, colaborador y suscriptor con los permisos de cada uno.

Publica **entradas y páginas, asígnales categorías y etiquetas y organiza las páginas en jerarquías** mientras recorres todo el proceso de publicación y gestión. Ajusta el título, la descripción, la URL, la zona horaria o los formatos de fecha, importa y exporta archivos y gestiona la librería multimedia, las galerías de imágenes y los comentarios.

Elige entre plantillas de pago, sin coste adicional, el tema que dará el aspecto a tu blog, coloca widgets en distintas zonas de la web y personaliza la cabecera, el fondo y la navegación. Si sabes PHP, también podrás editar el tema.

Cierra el módulo **integrando la IA generativa en WordPress: agiliza la creación y publicación de contenido** y usa plugins que incorporan mejoras y generan contenido de forma sencilla y a escala.

Contenidos:

- Qué es WordPress y cómo funciona.
  - Paso a paso y con ejemplos.
- Roles y permisos.
  - Administrador, autor, colaborador y suscriptor.
- Entradas y páginas.
  - Categorías y etiquetas.
  - Jerarquías de páginas y proceso de publicación.
- Ajustes y herramientas.
  - Importación y exportación de archivos.
  - Ajustes generales, de escritura y de lectura.
- Multimedia y comentarios.
  - Librería multimedia y galerías de imágenes.
  - Edición y moderación de comentarios.
- Diseño de tu web.
  - Plantillas de pago sin coste adicional.
  - Widgets, cabecera, fondo y navegación.
  - Edición del tema con PHP.
- IA generativa en WordPress.
  - Creación y publicación de contenido con IA.
  - Plugins de IA para generar contenido a escala.

MÓDULO

Herramientas de ecommerce

Monta, administra y haz crecer una tienda online real con las dos plataformas más relevantes del mercado. **Empieza por la decisión que lo condiciona todo: elegir entre Open Source, con control total sobre el código, el servidor y la personalización, o SaaS**, con la infraestructura gestionada para centrarte en vender. De ella dependen el presupuesto, el equipo técnico y el crecimiento del negocio.

Trabaja sobre **un entorno real con PrestaShop y recorre todo el ciclo de vida de la tienda**: configura idiomas, divisas e impuestos, crea categorías y fichas de producto completas con su SEO on-page, define transportistas y zonas de entrega e integra los métodos de pago más habituales.

Gestiona los pedidos desde la recepción hasta el envío, crea reglas de descuento y promociones avanzadas y amplía la tienda con **los módulos más usados en proyectos reales**, sin desarrollo a medida.

Cierra el módulo con **Shopify, la plataforma SaaS líder**: date de alta como Partner, modifica secciones, bloques, colores y tipografía sin depender del tema ni tocar código, y organiza productos, colecciones y códigos promocionales pensando en tus campañas de conversión.

Contenidos:

- SaaS vs Open Source.
  - Qué modelo encaja en cada proyecto.
  - Impacto en presupuesto, equipo técnico y crecimiento.
- PrestaShop.
  - Instalación y parametrización: idiomas, divisas e impuestos.
  - Catálogo, fichas de producto y SEO on-page.
  - Transportistas y métodos de pago.
  - Pedidos, descuentos y módulos más usados.
- Shopify.
  - Alta como Shopify Partner y configuración inicial.
  - Diseño independiente del tema, sin tocar código.
  - Productos, colecciones y descuentos.

MÓDULO

Big data e IA para business analytics

IA **IA en este módulo:** IA, machine learning y deep learning para segmentar, predecir y personalizar.

Aprovecha el Big Data para **conocer mejor a tus clientes, medir el impacto de tus campañas y tomar decisiones más acertadas**. Descubre qué es, qué lo caracteriza y cómo se recolectan, almacenan y analizan grandes volúmenes de datos para obtener insights útiles para el negocio.

Comprende el papel de la inteligencia artificial, **el Machine Learning, el Data Science y el Deep Learning** en ese proceso, y llévalo a casos prácticos de marketing digital: entender las necesidades del consumidor, medir y optimizar campañas con análisis predictivo y automatización, y segmentar audiencias para personalizar contenidos y mensajes.

Visualiza los datos con Tableau desde el enfoque de Business Intelligence: conéctalo a bases de datos, archivos CSV y hojas de cálculo, crea gráficos y dashboards interactivos y presenta los resultados en informes claros y atractivos.

Cierra el módulo llevando el análisis un paso más allá en Tableau: **define KPIs, segmenta los datos con técnicas de clustering y predice resultados** con modelos estadísticos y de machine learning.

Contenidos:

- Big Data en la empresa.
  - Qué es, características e importancia para el negocio.
  - Recolección, almacenamiento y análisis de grandes volúmenes de datos.
  - IA, Machine Learning, Data Science y Deep Learning aplicados al Big Data.
- Big Data e IA en marketing digital: casos prácticos.
  - Necesidades y preferencias del consumidor.
  - Medición del impacto de las campañas.
  - Optimización con análisis predictivo y automatización.
  - Segmentación avanzada y personalización de contenidos.
- Business Analytics y visualización con Tableau.
  - Business Intelligence y valor de la visualización de datos.
  - Conexión con bases de datos, CSV y hojas de cálculo.
  - Visualizaciones, dashboards interactivos y presentación de resultados.
  - KPIs, clustering y predicción de resultados.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | ntic master

MÓDULO

Analítica digital con Google Analytics

Mide lo que pasa en tu web o tu blog y tradúcelo en decisiones. **Google Analytics ofrece una enorme cantidad de información de calidad, pero hay que saber leerla**: aprende la terminología de la analítica web, recorre sus informes y su administración y descubre qué funciona para atraer visitas de calidad y qué conviene mejorar.

Extrae subconjuntos de datos con segmentos y filtros, por ejemplo las visitas que llegan desde España, y **combina dimensiones y métricas como fuente, medio, palabra clave, campaña o contenido para sacar conclusiones** más específicas y localizar tendencias útiles para tu proyecto.

Define objetivos alineados con tu negocio (una compra con un importe mínimo, un tiempo de permanencia o un registro en tu newsletter) y mide el rendimiento de tu site, tu ecommerce y tu tráfico con distintos modelos de atribución. Configura alertas ante anomalías y crea paneles e informes personalizados con gráficos, mapas y tablas.

Termina el módulo **construyendo una cultura de análisis**: pasa de la gestión por silos a una gestión unificada de los datos, define estrategias centradas en el cliente y prepárate para la certificación oficial de Google Analytics.

Contenidos:

- Analítica web y su terminología.
  - Informes y administración.
  - Lectura e interpretación de los datos.
  - Segmentos y filtros para detectar tendencias.
  - Dimensiones y métricas: fuente, medio, palabra clave, campaña y contenido.
- Medición del rendimiento.
  - Objetivos y conversiones alineados con tu negocio.
  - Ecommerce y tráfico de URLs.
  - Modelos de atribución.
- Alertas, paneles e informes personalizados.
  - Avisos de anomalías en los datos.
  - Paneles con gráficos, mapas y tablas.
- Cultura de análisis.
  - Gestión unificada de los datos frente a los silos.
  - Estrategias centradas en el cliente.
- Preparación de la certificación de Google Analytics.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | ntic master

MÓDULO

SEO y GEO: posicionamiento en buscadores y en IA

IA **IA en este módulo:** visibilidad en LLMs, resultados de IA en buscadores y procesos SEO optimizados con IA.

Gana visibilidad para un negocio tanto en **buscadores como Google o Bing como en LLMs como ChatGPT, Gemini, Claude o Perplexity. El SEO y el GEO atraen tráfico orgánico sin publicidad** pagada: entiende en qué se parecen, en qué se diferencian y cómo diseñar una estrategia que los combine.

Analiza cómo busca el usuario (búsquedas navegacionales, informacionales, transaccionales, multimedia o geolocalizadas) y traduce esas necesidades en **un mapa web y una planificación de contenido útil e interesante**.

Optimiza la web para que los bots la entiendan: rastreabilidad, indexación, tiempos de carga, meta información, HTML, Schema Markup, URLs, imágenes, enlazado interno y versión móvil. **Refuerza su autoridad con link building y menciones de marca** para que los buscadores la consideren una fuente fiable.

Cierra el módulo **midiendo resultados con Google Search Console, siguiendo las tendencias en buscadores y resultados de IA** y optimizando con IA tus análisis y procesos. Lo aplicarás todo en una práctica con una web real.

Contenidos:

- SEO y GEO en la estrategia digital.
  - Visibilidad en buscadores y en LLMs (ChatGPT, Gemini, Claude, Perplexity).
  - Diferencias y puntos en común entre SEO y GEO.
- Análisis de búsquedas.
  - Navegacionales, informacionales, transaccionales, multimedia y geolocalizadas.
  - Necesidades de contenido: mapa web y planificación.
- Factores on page.
  - Rastreabilidad, indexación y tiempos de carga.
  - Meta información, HTML, Schema Markup y URLs.
  - Optimización de imágenes y enlazado interno.
  - SEO Mobile.
- Factores off page.
  - Link building y menciones de marca.
- Medición y tendencias.
  - Google Search Console.
  - Análisis de resultados del proyecto SEO.
  - Tendencias en buscadores y resultados de IA.
  - Optimización de análisis y procesos SEO con IA.
- Práctica con una web real.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | ntic master

MÓDULO

SEM: publicidad en buscadores y en IA

IA **IA en este módulo:** AI Max, Performance Max, Smart Bidding, AI Overviews y ChatGPT Ads.

Lanza campañas de pago por clic en Google Ads, la plataforma de base del SEM, y **descubre cómo ha cambiado la búsqueda con los LLMs**: del keyword al prompt, **de las palabras clave a la intención real y al lenguaje natural**, con anuncios que ya aparecen en los AI Overviews y en el Modo IA.

Aprende **cómo funciona la subasta** (calidad frente a puja), las métricas de PPC y cómo **preparar una propuesta económica**. Planifica y crea campañas de Búsqueda desde cero, con estructuras Modern Search, concordancias apoyadas en IA, keyword research con el Planificador y gestión profesional con Google Ads Editor.

Pon la IA a trabajar a tu favor con anuncios adaptables, Smart Bidding, IA generativa para creatividades y audiencias, y campañas AI Max, Performance Max y Demand Gen. Mide con conversion tracking, Enhanced Conversions y Consent Mode, haz pruebas A/B con experimentos y scripts y trabaja audiencias y remarketing en un entorno sin cookies de terceros.

Termina el módulo **más allá de Google Search: YouTube, Microsoft Advertising y buscadores internacionales, y ChatGPT Ads**, con tu primera campaña y un plan multiplataforma que se integre con el SEO y el GEO. Además, podrás obtener la certificación de Google Ads.

Contenidos:

- Cómo buscan hoy los usuarios.
  - Del keyword al prompt: LLMs y marketing conversacional.
  - AI Overviews y Modo IA.
- Google Ads: subasta y campañas.
  - Subasta, métricas de PPC y propuesta económica.
  - Estructuras Modern Search, concordancias y keyword research.
  - Campañas de Búsqueda y Google Ads Editor.
- IA en las campañas.
  - Anuncios adaptables y Smart Bidding.
  - AI Max, Performance Max y Demand Gen.
- Medición y optimización.
  - Conversion tracking, KPIs y experimentos.
  - Privacidad, Enhanced Conversions y Consent Mode.
  - Audiencias y remarketing.
- Más allá de Google Search.
  - YouTube, Microsoft Advertising y buscadores internacionales.
  - ChatGPT Ads y estrategia multiplataforma con SEO/GEO.
- Certificación de Google Ads.

MÓDULO

CRO: optimización de la conversión

Piensa en tu web o tu app como en una tienda física: **las personas tienen que encontrar lo que buscan, entender tu propuesta de valor y avanzar hacia su objetivo sin tropiezos**. Una experiencia digital con fricciones, igual que una tienda desordenada, impide que el usuario perciba tu valor o complete una acción.

Descubre el CRO (Conversion Rate Optimization), la disciplina que **identifica y trabaja de forma sistemática esas barreras y oportunidades**. Pese a su nombre, no se limita a subir un ratio de conversión: busca comprender y optimizar el comportamiento del usuario a lo largo de toda su relación con el negocio.

Apóyate en la analítica, uno de sus pilares: **usa datos cuantitativos y cualitativos para entender cómo se comportan los usuarios, detectar y dimensionar oportunidades** y averiguar qué hay detrás de ellas. Completa esa visión con un conocimiento profundo del negocio, su sector, su propuesta de valor y el contexto en el que deciden sus usuarios.

Termina el módulo aplicándolo en **casos prácticos**: formula y prioriza hipótesis, aplica principios de diseño, contenido y persuasión, experimenta y **evalúa resultados para convertir los datos en insights** y la evidencia en mejores decisiones para el usuario y el negocio.

Contenidos:

- El activo digital como escaparate del negocio.
  - Fricciones que impiden percibir el valor o completar una acción.
- Qué es el CRO.
  - Más allá del ratio de conversión: el comportamiento del usuario.
- Analítica para optimizar.
  - Datos cuantitativos y cualitativos.
  - Detección y dimensionado de oportunidades.
- Conocimiento del negocio y del usuario.
  - Propuesta de valor, objetivos y sector.
  - Contexto de decisión del usuario.
- Hipótesis y experimentación.
  - Formulación y priorización de hipótesis.
  - Principios de diseño, contenido y persuasión.
  - Experimentación y evaluación de resultados.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | ntic master

MÓDULO

Social media estratégico

IA **IA en este módulo:** IA generativa para el plan y los contenidos, Advantage+ de Meta e influencers virtuales.

Diseña un **plan de social media integrado en la estrategia de marketing y de negocio** de una empresa, con una metodología válida para compañías de cualquier tamaño y actividad. Parte del **ecosistema de redes sociales dentro y fuera de España y llega hasta un presupuesto viable y una propuesta comercial** para un cliente interno o externo, siempre sobre casos prácticos.

Gestiona marcas en **X, Facebook, LinkedIn y TikTok** con herramientas nativas como **Meta Business Suite y externas como Metricool, Hootsuite o Similar Web**. Crea y dinamiza contenidos optimizados para cada formato y establece una estrategia de monitorización, escucha social y gestión de crisis.

Planifica medios pagados en redes, con Meta y TikTok a la cabeza: fija objetivos y estimaciones, elige segmentaciones y formatos, **mide conversiones** con pixels, eventos y modelos de atribución, y monta campañas aprovechando la IA de Meta, de Advantage+ a las pujas con aprendizaje automático y el reporting automatizado.

Cierra el módulo con el **marketing de influencia y la IA:** selecciona creadores con criterio, planifica y activa **campañas con contenidos auténticos** dentro del marco legal, y usa los LLM y los prompts para afinar tu estrategia y crear copies, imágenes, audios, vídeos y avatares digitales.

Contenidos:

- Plan de Social Media.
  - Ecosistema de redes sociales: evolución y tendencias.
  - Plan alineado con los objetivos de negocio, presupuesto y propuesta comercial.
- Gestión profesional de redes sociales.
  - Marcas en X, Facebook, LinkedIn y TikTok.
  - Herramientas nativas y de gestión multiplataforma.
  - Contenidos, escucha social y gestión de crisis.
- Social Paid Media.
  - Plan de medios: objetivos, segmentaciones y formatos.
  - Medición: pixels, eventos y modelos de atribución.
  - Campañas con la IA de Meta.
- Marketing de influencia.
  - Selección de creadores con criterio, más allá de las métricas.
  - Planificación y activación de campañas dentro del marco legal.
- IA para tu estrategia social.
  - Prompts para afinar tu estrategia.
  - Copies, imágenes, audios, vídeos y avatares digitales con IA.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID | ntic master

MÓDULO

Compra programática y RTB

IA **IA en este módulo:** machine learning e IA para pujar mejor y crear creatividades y copies.

Comprende **cómo funciona la compra y venta automatizada de espacios publicitarios** y por qué ha cambiado la forma de anunciarse online. Recorre el ecosistema programático y sus agentes (anunciante, agencia, trading desk, DSP, SSP y ad exchange), los modelos de compra, de la subasta abierta a los deals privados y garantizados, y los principales DSPs del mercado.

Relaciona **cada objetivo de negocio con su KPI**, tanto en branding como en performance, y elige las audiencias adecuadas para **cada fase del customer journey: afinidad, in-market, contextuales, datos propios, lookalike o remarketing**. Conoce también los formatos disponibles: display, rich media, vídeo, native, CTV y DOOH.

Desarrolla una campaña en un caso práctico con acceso a un DSP, definiendo objetivos y estrategia de audiencias, y analiza después sus resultados para tomar decisiones.

Cierra el módulo con la **optimización y la IA**: maneja palancas como la puja, los multiplicadores, la frecuencia, los deals o el brand safety, y descubre cómo el machine learning y la inteligencia artificial ayudan a pujar mejor y a crear creatividades y copies.

Contenidos:

- Qué es la publicidad programática.
  - Del display tradicional a la compra automatizada.
  - Ecosistema publicitario digital y customer journey.
- Ecosistema programático.
  - Anunciante, agencia, trading desk, DSP, SSP y ad exchange.
  - Open Auction, PMP, Preferred Deals y Programmatic Guaranteed.
  - Principales DSPs: DV360, The Trade Desk, Amazon, Taboola y otros.
- Objetivos y audiencias.
  - KPIs según el objetivo: branding o performance.
  - Afinidad, in-market, contextuales, first party data, lookalike y remarketing.
- Formatos.
  - Display, rich media, vídeo y native.
  - CTV y DOOH.
- Caso práctico con un DSP.
  - Campaña con objetivos y estrategia de audiencias.
  - Análisis post-campaña.
- Optimización e IA.
  - Puja, bid multiplier, frecuencia, deals y brand safety.
  - Machine learning e IA en la compra programática.

MÓDULO

Growth hacking

Haz crecer un producto con poco presupuesto: el Growth Hacking, o marketing de crecimiento, reúne estrategias rentables para conseguir y mantener una base de usuarios, vender productos y ganar notoriedad. **Su base es la experimentación siguiendo el método científico**, que recorres paso a paso aplicado a productos digitales.

Analiza el funnel AARRR (**adquisición, activación, retención, referral y revenue**) para saber dónde actuar, y estudia experimentos reales de Booking.com, Spotify o Airbnb y los resultados que obtuvieron.

Pon en práctica **una estrategia de crecimiento basada en experimentos** en un ejercicio grupal, preséntala y debate con el resto de la clase sus mejoras y su posible aplicación real.

Termina el módulo **automatizando con Zapier**: crea una web basada en un chatbot para captar datos de usuarios, conéctala con una base de datos de leads y lanza correos automáticos según las reglas que definas.

Contenidos:

- Experimentación con el método científico.
  - El método paso a paso aplicado a productos digitales.
  - Funnel AARRR: adquisición, activación, retención, referral y revenue.
- Experimentos reales de startups.
  - Booking.com, Spotify y Airbnb.
- Ejercicio grupal.
  - Estrategia de crecimiento basada en experimentos.
  - Presentación y debate sobre mejoras y aplicación real.
- Automatización con Zapier.
  - Web basada en chatbot para captar datos.
  - Conexión de la web con una base de datos de leads.
  - Correos automáticos según reglas.

MÓDULO

Mobile marketing

Llega a tus usuarios a través de las funcionalidades de sus dispositivos móviles. Entiende su proceso de decisión, de la búsqueda de información al acceso en destino, y **ten en cuenta lo que marca la diferencia en móvil**: medición en tiempo real, estilo de comunicación, call to action, simplicidad y coste por impacto.

Trabaja los canales de **display y proximidad**, el SMS marketing con sus ventajas y usos, los códigos QR (diseño, personalización y campañas reales, también en turismo) y el advergaming como alternativa a la publicidad tradicional.

Optimiza tu web para el móvil con diseño responsive, publicación dinámica o URLs independientes, y **analiza su rendimiento y el tráfico** que llega desde dispositivos móviles. Descubre también el App Marketing, la geolocalización, la realidad aumentada y virtual, y cómo promocionar una app.

Termina el módulo **diseñando tu propia app** con MIT App Inventor, la plataforma del Massachusetts Institute of Technology: una app con tu currículum (datos personales, experiencia, estudios, idiomas e incluso un videocurrículum) que podrás compartir con un código QR.

Contenidos:

- ➔ Estrategias de marketing móvil.
- ➔ Proceso de decisión, búsqueda de información y acceso en destino.
- ➔ Medición en tiempo real, comunicación, call to action y coste por impacto.
- ➔ Canales y formatos.
- ➔ Display y proximidad.
- ➔ SMS marketing: ventajas, usos y ejemplos.
- ➔ Códigos QR: diseño, personalización y campañas reales.
- ➔ Advergaming.
- ➔ Tu web en el móvil.
- ➔ Diseño responsive, publicación dinámica y URLs independientes.
- ➔ Análisis del rendimiento y del tráfico móvil.
- ➔ Apps, geolocalización y realidad extendida.
- ➔ App Marketing y geolocalización.
- ➔ Realidad aumentada y realidad virtual.
- ➔ Promoción de una app móvil.
- ➔ Diseño de tu propia app con MIT App Inventor.
- ➔ Tu currículum en una app, compartida por QR.

MÓDULO

Email marketing

Conecta con tu audiencia a través de los canales de comunicación directa: el email marketing, los SMS y las notificaciones móviles. Descubre qué papel juega cada uno y cómo combinarlos en una estrategia eficaz.

Construye **mensajes que funcionen en el poco tiempo que el usuario les dedica**. Trabaja los componentes de un mensaje, la oferta y la propuesta de valor para que cada envío tenga un diseño específico y efectivo.

Cierra el módulo **midiendo y optimizando, porque lo que no se mide no se puede saber si funciona**: evalúa el desempeño de cada mensaje y aplica lo aprendido para mejorar el rendimiento de la siguiente acción.

Contenidos:

- Canales de comunicación directa.
  - Email marketing.
  - SMS.
  - Notificaciones móviles.
- Construcción del mensaje.
  - Componentes de un mensaje.
  - Ofertas y propuesta de valor.
- Métricas y optimización.
  - Evaluación de cada envío.
  - Mejora del rendimiento en la siguiente acción.

MÓDULO

Storytelling y copywriting

IA **IA en este módulo:** tramas, personajes y escenarios creados con herramientas de IA.

Cuenta **historias que conecten emocionalmente con tu audiencia y dejen huella**. Descubre qué es el storytelling, de dónde viene, cómo actúa sobre el cerebro de quien lo escucha y por qué funciona: capta la atención, genera empatía, ayuda a recordar mensajes y facilita la viralización.

Aprende a **construir un relato con un objetivo claro**: elige el contexto, la estructura, la trama básica, las transiciones, la música y los protagonistas, del cliente al producto o los empleados. **Aplícalo a tu marca** definiendo su territorio, su voz, su tono y sus claims en un taller de Brandstorytelling.

Usa **herramientas de IA para generar tramas según distintos géneros y estilos y crear personajes y escenarios**, y explora métodos de copywriting para escribir textos persuasivos en anuncios, blogs, redes sociales y emails, con talleres de creación de tramas y de textos de venta para cadenas de emailing.

Termina el módulo llevando **el storytelling a tus presentaciones orales**: da forma al contenido, ensaya y sal al escenario controlando el miedo escénico, con un taller de comunicación no verbal basado en técnicas de PNL.

Contenidos:

- La técnica del storytelling.
  - Qué es y sus orígenes.
  - Su impacto en el cerebro de la audiencia.
  - 10 razones por las que funciona.
- Cómo hacemos storytelling.
  - Objetivo: informar, persuadir, entretener o inspirar.
  - Contexto, estructura del relato y tramas básicas.
  - Transiciones, música y protagonistas.
- Brandstorytelling.
  - Buenas prácticas de marcas internacionales.
  - Territorio de marca, voz, tono, slogans y claims.
- Herramientas de IA para storytelling.
  - Tramas, personajes y escenarios con IA.
- Copywriting en activos digitales.
  - Textos publicitarios, posts, copys para redes y emails.
- Storytelling en presentaciones orales.
  - Dar forma al contenido, ensayo y escenario.

MÓDULO

Reputación online

Cuida uno de los activos más valiosos de una empresa: su reputación. De ella depende cómo te perciben los consumidores y si te compran, pero también tu capacidad para diferenciarte de la competencia y atraer clientes, inversores y talento.

Construye **una reputación coherente a partir de sus tres pilares: quién eres, quién dices que eres y cómo te perciben**. Haz que lo que dices y lo que haces vayan por el mismo camino con una comunicación transparente, y usa el Social Listening para saber qué, quién, cuánto, cuándo, cómo y dónde se habla de tu marca.

Identifica las amenazas internas, como errores, problemas técnicos o clientes insatisfechos, y las externas, como trolls o antiguos empleados descontentos, y trabaja de fondo para que tu reputación resista una crisis.

Cierra el módulo **aprendiendo a gestionar las crisis online**: distingue las directas de las indirectas, detéctalas por sus tres componentes, aplica protocolos en social media como simulacros, portadas neutras o comunicados, y anticípate a ellas con escucha activa, alarmas y un plan de contingencias.

Contenidos:

- Por qué importa la reputación de marca.
  - Impacto en la percepción y en la compra.
  - Atracción de clientes, inversores y talento.
- Construcción de la reputación.
  - Quién eres, quién dices que eres y cómo te perciben.
  - Coherencia de marca y comunicación transparente.
  - Social Listening: qué, quién, cuánto, cuándo, cómo y dónde se habla de tu marca.
- Amenazas a la reputación online.
  - Factores internos y externos.
- Crisis online.
  - Crisis directas e indirectas.
  - Sus tres componentes: culpable, percepción negativa y audiencia que desaprueba.
  - Protocolos en social media: simulacros, portadas neutras, desprogramar publicaciones y comunicados.
  - Prevención: escucha activa, alarmas, plan de contingencias y gestión de la información.

MÓDULO

Emprendimiento

Pasa de la idea al proyecto con una visión global del emprendimiento: **crear un negocio, validarlo, financiarlo y presentarlo**. Desarrolla tus habilidades empresariales, tu creatividad y tu pensamiento estratégico para detectar oportunidades y tendencias emergentes en el mercado.

Empieza por el método lean startup: **idea y construye un prototipo rápido y barato** para validarlo, apoyándote en metodologías ágiles de ideación y validación.

Trabaja con el **Business Model Canvas sobre un proyecto real** que te dé una visión completa del negocio y te ayude a configurar cada paso. Analiza los distintos modelos de negocio y cómo combinarlos para crecer, y conoce los pilares del capital riesgo, las fases de financiación y los agentes que intervienen en cada una.

Cierra el módulo **aprendiendo a presentar tu proyecto**, ya sea para buscar financiación, clientes o partners: los 10 puntos de una presentación efectiva, consejos de contenido y estructura, formato y herramientas para hacerla clara e intuitiva.

Contenidos:

- Lean startup.
  - Ideación y prototipado rápido y barato.
  - Metodologías ágiles de ideación y validación.
- Modelo de negocio.
  - Business Model Canvas aplicado a un proyecto real.
  - Tipos de modelos de negocio y cómo combinarlos.
- Financiación.
  - Pilares del capital riesgo.
  - Fases de financiación y agentes implicados.
- Presentación de proyectos.
  - Los 10 puntos de una presentación efectiva.
  - Contenido, estructura, formato y herramientas.

MÓDULO

Trabajo Final de Máster: TFM en Marketing Digital

Con el Trabajo Final de Máster (TFM) llega el momento de demostrar lo aprendido. **Plantearás un plan de marketing digital global para una marca o un producto**, desde la estrategia y el posicionamiento hasta los canales, la inversión, la medición y el uso de la IA, apoyándote en las técnicas y herramientas que existen hoy en el mercado.

Es un **proyecto práctico y aplicado a un caso real**, en el que tendrás que analizar el mercado y la audiencia, elegir los canales adecuados, definir objetivos y presupuesto y tomar decisiones con datos. **Los profesores responsables te guiarán durante todo el desarrollo y estarán disponibles para resolver tus dudas**.

Al final presentarás tu plan ante un tribunal de expertos, así que también pondrás a prueba tu capacidad para explicar y defender tus decisiones, una habilidad tan importante como la técnica en cualquier equipo de marketing.

Además, el TFM puede ser **una oportunidad para trabajar en colaboración con empresas u organizaciones**, ganar experiencia en un entorno profesional y crear contactos valiosos para tu carrera.

EQUIPO DOCENTE

Clases y tutorías con grandes profesionales del sector del Marketing Digital.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ntic master

EQUIPO DOCENTE

Directivos

Matilde Santos Peña

Directora del Máster

Catedrática del Departamento de Arquitectura de Computadores y Automática UCM. Doctora en Ciencias Físicas por la UCM. Licenciada en Ciencias Físicas por la UCM. Aplica técnicas inteligentes en diversos campos.

José Carlos Soto Gómez

Co-Director. Socio Fundador de NTIC Master y Aplimovil

Amplia experiencia en proyectos nacionales e internacionales en IT y analítica en empresas como Banco de España, NEC, Telefónica, Vodafone, Orange, medios de comunicación.

Coordinadores

David del Ser

Coordinador Máster

Lic. en Marketing por ESIC, Honours Degree in Business Administration por Humberside University, MBA por UNED, Máster Dirección Financiera, Máster Marketing Digital, Máster en Big Data. Especialista en el desarrollo de negocio y transformación digital en Ntic Master. Gran experiencia profesional trabajando en Grupo Iberostar, Grupo Avintia, entre otras.

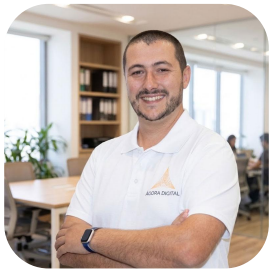
Cristóbal Martínez Martínez

Coordinador Máster

Ingeniero informático. Director de IT en Aplimovil y Ntic Master. Profesor máster marketing digital de la UCM, UNED, Cámara de Comercio y CEEIC. Experto en sistemas y procesos informáticos. Gran experiencia profesional trabajando en empresas referentes como NEC, BNP Paribas, Banco de España, Vodafone.

EQUIPO DOCENTE

Docentes



Alejandro Ramos

CEO & Co-founder de Ágora Digital

Especialista en eCommerce y Marketing Automation para negocios B2B y B2C. Partner certificado de Connectif y experto en PrestaShop, forma a desarrolladores de agencias certificadas. Ha sido CTO eCommerce y Ecosystem Manager en Conecta Software.

Álvaro García Hernández

Senior Key Account Manager Amazon en OPPO

Graduado en Marketing por ESIC. Especializado en eCommerce, estrategia comercial y publicidad en Amazon, actualmente trabaja como Senior Key Account Manager Amazon en OPPO. Anteriormente gestionó también la cuenta de Amazon en Philips Lighting y Signify.

Andrés Pérez Ortega

Asesor formador de Marca Personal

Profesional más reconocido del Personal Branding en el ámbito hispanohablante. Ha desarrollado el concepto de Marca Personal. Autor de varios libros de referencia sobre posicionamiento personal. Ha sido responsable de producto en Repsol, Quaker Oats, Carrefour o Lucent Technologies.

Carlos Ruisánchez

Head of Ecosystem Telefónica Open Innovation / Wayra

Lidera el scouting de startups de Telefónica Open Innovation en Wayra desde 2019. Ha trabajado en Tetuan Valley (Google for Startups), SeedRocket y la Fundación José Manuel Entrecanales.

Claudia De La Cruz Martínez

CRO & Growth Lead

CRO Lead en The Cocktail, con foco en proyectos de banca y energía. Directora académica y profesora del curso de CRO en KSchool. Antes, más de 5 años en Flat 101 como Manager de CRO & Growth y Project Management.

Cristina Hernández Aceituno

Programmatic Supply en Taptap Digital

Especialista en publicidad programática. Trabaja en el área de Programmatic Supply de Taptap Digital y colabora como docente en IEBS Biztech School. Antes fue Programmatic Specialist en IKI Group y HMG, y diseñadora gráfica freelance durante más de 8 años.

EQUIPO DOCENTE

Docentes

Gonzalo Carpio del Saz

SEO Manager en Fever

Experto en el mundo digital para optimizar la visibilidad online de sitios web. Analista de algoritmos de búsqueda, seleccionador de palabras clave, y diseñador de estrategias para mejorar el ranking en buscadores. Creador de contenido relevante y fácilmente accesible para el público objetivo.

Edgar Sánchez

Director, Digital Performance Marketing at NH Hotel Group

Director de Digital Performance Marketing en NH Hotel Group y profesor de Search y Marketing Digital en universidades y escuelas de negocio. Licenciado en marketing e informática de sistemas por la UPV, ha trabajado en Yahoo y WPP.

Fátima Martínez

Emprendedora, speaker y mentora

Especialista en Comunicación, Marketing Digital y Social Media, con 28 años de experiencia en medios y relaciones institucionales. Desarrolla estrategias para marcas, pymes y marca personal. Autora de «El libro de TikTok» e «Influencer Marketing».

Iván Hernández Ruiz

Client Success Director en Good Rebels

Más de 9 años en Good Rebels, donde lidera proyectos multidisciplinares y el área de Medios & Search tras pasar por Performance y estrategia digital. Profesor de marketing digital en The Valley, OBS Business School y The Core Entertainment Science School.

Jon Recacoechea Goitia

Senior Industry Manager at Google

Lic. en Marketing. Experto en ecommerce y marketing digital. Actualmente trabaja en Google como Senior Industry Manager | Retail, y tiene experiencia profesional en Iberostar, El Corte Inglés y Unilever entre otras.

Luis Leite

Business Intelligence Consultant

Experto en la transformación de los datos en valor añadido para las empresas, tiene experiencia en diferentes áreas como las telecomunicaciones o industria farmacéutica. Posee un máster en Física aplicada y otro en Big Data.

EQUIPO DOCENTE

Docentes

Marco Conde

CEO & Founder de Motoreto

Periodista de formación. Fundador de Motoreto, plataforma de datos e IA que analiza más de 7 millones de coches al día en 19 mercados europeos. Joven Empresario del Año en Innovación por AJE Madrid (2025). Fundador de Fútbol Británico y ex CSO de Jobin.

Margot Ríos

Project Lead en Good Rebels

Especialista en estrategia digital y datos. En Good Rebels lidera estrategias de Social Media, programas de Employee & Executive Advocacy e Influencer Marketing para marcas de retail, travel, pharma y energía. Antes, Social Media Manager en Paradigma.

María Lázaro Ávila

CEO & Cofundadora de Mayansi

CEO y cofundadora de Mayansi, consultoría de digitalización con impacto sostenible. Más de 25 años en transformación tecnológica y marketing online, con proyectos en Adigital, Real Instituto Elcano e ICEX. Autora de «Community Manager. La guía definitiva».

Mario Martínez García

Ingeniero en Electrónica Industrial y Automática

Ingeniero de Diseño y Desarrollo de Sistemas Radar de Vigilancia y Seguimiento Espacial en Indra. Combina la ingeniería industrial con el tratamiento de datos y la optimización de procesos, con Excel como aliado para la gestión, el análisis predictivo y el control de proyectos.

Montserrat Balas Lara

Directora de Marketing y Comunicación

Lic. y Doctora en Ciencias de la Comunicación. Experta en transformación digital. Actualmente directora de Marketing en Inserta Empleo. Con experiencia profesional en Fundación ONCE, Fundosa entre otras.

Pavel Mazuelas

Growth Product Manager

Graduado en Comercio. Experto en Growth Hacking, hace crecer comunidades de seguidores y atraer a más clientes sin gastar un solo euro en publicidad. Trabaja como Growth Product Manager en Monkey Taps, y ha trabajado en Passporter y Lingbe entre otras.

EQUIPO DOCENTE

Docentes

Pedro Jesús González

Socio & Director de Clientes en Good Rebels

Ingeniero técnico en Telecomunicaciones con máster en creación digital y Executive MBA. Especializado en consultoría y desarrollo de negocio digital, estrategia de Marketing y planificación de medios digitales.

Ramón Iborra

CEO & Co-founder de ArtiLabs

Formador especializado en IA Generativa, con más de 1.000 profesionales capacitados en herramientas como ChatGPT, Claude y NotebookLM, y en automatización de procesos con n8n. Es ponente habitual en universidades y escuelas de negocio, con una metodología 100% práctica y orientada a resultados.

Raquel González Rodríguez

Responsable Comunicación Grupo Dia

Lic. en Periodismo. Experta en reputación online, comunicación corporativa y gestión de crisis. Ha trabajado como directora de comunicación de TheFork y en Radio Nacional y Europa Press entre otras.

Sheila Álvarez Rojo

Especialista de Marketing Online

Realizadora de corazón, publicista de profesión. Especializada en Realización audiovisual y Licenciada en Publicidad y RR.PP. Tras una primera etapa en marketing offline, lleva 11 años enfocada en marketing online en agencias. Actualmente especializada en marketing para apps móviles.

Susana Aparicio

Search Team Lead at GroupM (WPP)

Lic. en periodismo. Experta en Search y Social Ads, manejando cuentas de YouTube, Facebook, Twitter, LinkedIn y campañas de Amazon. Ha trabajado en Yahoo y RTVE entre otras.

Tú

Futuro experto en Marketing Digital

Porque con nosotros aprenderás Marketing Digital, Social Media, SEO, SEM, Comercio electrónico, etc. Pero al final el camino tienes que recorrerlo tú y quizás muy pronto estés aquí como nuestro profesor.

SALIDAS PROFESIONALES

Las empresas buscan profesionales que sepan combinar estrategia, datos e IA para atraer y convertir clientes en todos los canales digitales.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ntic master

SALIDAS PROFESIONALES

El marketing digital abre una gran variedad de salidas profesionales, desde el posicionamiento y la publicidad hasta el ecommerce, la analítica y la IA. Estas son algunas de las salidas y puestos hacia los que podrás crecer:

Director de marketing digital (CMO)

Define la estrategia digital de la marca y coordina canales, equipos y presupuesto.

Director de performance marketing

Gestiona la inversión en medios de pago para conseguir el máximo retorno en cada canal.

Director de ecommerce

Dirige el canal de venta online, de la tienda propia a los marketplaces.

Responsable de marketing analytics

Mide el rendimiento del marketing y convierte los datos en decisiones de inversión.

Brand manager

Construye el posicionamiento, el relato y la reputación de una marca.

Head of growth

Diseña experimentos en todo el funnel para hacer crecer usuarios, ventas e ingresos.

Head of SEO y GEO

Lidera la visibilidad orgánica de la marca en buscadores y en los asistentes de IA.

Retail media manager

Planifica la publicidad en Amazon y otros marketplaces a partir de datos de compra.

Especialista en IA aplicada al marketing

Integra la IA en la creación de contenido, las campañas y la automatización de procesos.

Emprendedor digital

Lanza y hace crecer un proyecto propio aplicando todo el marketing digital.

ADMISIONES

Tanto la preinscripción como la prematrícula quedan abiertas hasta comenzar el curso académico o completar plazas.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ntic master

PROCESO DE ADMISIÓN

Preinscripción
Envío de solicitud para evaluar candidaturas.

Evaluación
Evaluación de candidaturas.

Confirmación
Confirmación como alumno del candidato.

Admisión
Confirmación de plaza y formalización de la matrícula.

1. Preinscribirse cumplimentando el formulario ubicado en la pestaña "Preinscripción" de la web mastermarketingdigitalucm.com
2. Enviar la documentación requerida a fin de evaluar la candidatura.
3. Entrevista con el solicitante.
4. Confirmación de selección.
5. Realización de un pago inicial.

Tanto la preinscripción como la prematrícula quedan abiertas hasta comenzar el curso académico o completar plazas, estableciéndose lista de espera si procede. Los alumnos deberán ingresar 600 euros en concepto de pago inicial para el Máster Presencial y 500 euros en concepto de pago inicial para el Máster Semipresencial y el Máster Online, los cuales les serán descontados del importe total de la matrícula. En ningún caso se tendrá derecho a devolución de dicha cantidad, a excepción de que no se llegara a celebrar el curso.

DOCUMENTACIÓN REQUERIDA

Alumnos con titulación de **España**

Los documentos identificativos requeridos para la inscripción en el Máster son:

- Fotocopia del documento de identidad/pasaporte.
- Certificado de notas oficial.
- Título universitario o resguardo de solicitud de título.
- Currículum Vitae.

Alumnos con titulación de **Unión Europea**

Los documentos identificativos requeridos para la inscripción en el Máster son:

- Currículum Vitae.
- Pasaporte/NIE (no válidas las cédulas de identificación de fuera de España).
- Título universitario (no es válido el certificado del título).
- Certificado oficial de notas.

La documentación debe estar traducida al castellano por un traductor jurado homologado. (Solicitar listado oficial).

Alumnos con titulación de **Fuera de la Unión Europea**

Los documentos identificativos requeridos para la inscripción en el Máster son:

- Currículum Vitae.
- Pasaporte/NIE (no válidas las cédulas de identificación de fuera de España).
- Título universitario legalizado con la Apostilla de la Haya (no es válido el certificado del título).
- Certificado oficial de notas.

La documentación debe estar traducida al castellano por un traductor jurado homologado. (Solicitar listado oficial).

MODALIDADES

Online, presencial o semipresencial. Elige la modalidad que mejor se adapta a ti.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ntic master

MÁSTER PRESENCIAL

Duración

1 Año / 520 horas

60 ECTS

Inicio: Septiembre de 2026
Fin: Septiembre de 2027

Viernes de 16h a 21h
Sábados de 9h a 14h

Lugar

Facultad de Comercio y Turismo

Ciudad Universitaria Avda. Islas Filipinas 3, 28040 Madrid

Precio

6.850 €

+ 40 € de tasas de secretaría

Pregunta por nuestras becas, facilidades de pago, prácticas en empresas y bolsa de trabajo.

Una vez finalizados y superados estos estudios, la Universidad Complutense de Madrid emitirá el título, conforme a las normas de admisión y matriculación de los títulos de Formación Permanente de la UCM

Metodología Presencial

El curso se impartirá en aulas de la Universidad Complutense de Madrid, en la Facultad de Comercio y Turismo los viernes y sábados con masterclasses impartidas por diferentes expertos. La formación se realizará de forma tutorizada por los profesores. También se utilizará una plataforma de formación virtual para la comunicación entre los alumnos y profesores, creando una comunidad virtual de trabajo. Los distintos profesores de cada módulo, guiarán a los alumnos proponiendo actividades adicionales dependiendo del temario que se esté cubriendo en cada momento.

Características Plataforma On-line

La plataforma actuará como vía de comunicación entre el alumno y el entorno global de formación.

El estudiante tendrá información actualizada sobre los conceptos que se estén estudiando en cada momento, como enlaces a contenidos adicionales incluyendo noticias, artículos, etc.

Los alumnos deberán realizar y aprobar todas las prácticas de los distintos módulos, y realizar el trabajo fin de máster para poder aprobar el máster.

La plataforma cuenta con:

- ➔ Mensajería individualizada para cada alumno.
- ➔ Vídeos de las clases y de casos prácticos.
- ➔ Tutorías online con el profesorado.
- ➔ Documentación, noticias y contenidos.
- ➔ Foro de los módulos del máster.
- ➔ Comunicación con los profesores vía mensajería.
- ➔ Chat entre alumnos.

MÁSTER SEMIPRESENCIAL

Duración

1 Año / 520 horas

60 ECTS

Inicio: Febrero de 2027
Fin: Febrero de 2028

3 semanas presenciales
Viernes de 16h a 21h
Sábados de 9h a 14h

Lugar

Online con presencialidad de 3 semanas

Facultad de Comercio y turismo

Ciudad Universitaria Avda. Islas Filipinas 3, 28040 Madrid

Precio

5.725 €

+ 40 € de tasas de secretaría

Pregunta por nuestras becas, facilidades de pago, prácticas en empresas y bolsa de trabajo.

Una vez finalizados y superados estos estudios, la Universidad Complutense de Madrid emitirá el título, conforme a las normas de admisión y matriculación de los títulos de Formación Permanente de la UCM

Metodología Semipresencial

La formación se realizará de forma tutorizada por los profesores. Se utilizará una plataforma de formación virtual para la comunicación entre los alumnos y profesores, creando una comunidad virtual de trabajo. Los distintos profesores de cada módulo, guiarán a los alumnos proponiendo actividades adicionales dependiendo del temario que se esté cubriendo en cada momento. La modalidad semipresencial contempla la realización de 3 semanas presenciales con masterclasses impartidas por diferentes expertos para preparar los TFM y hacer networking.

Características Plataforma On-line

La plataforma actuará como vía de comunicación entre el alumno y el entorno global de formación.

El estudiante tendrá información actualizada sobre los conceptos que se estén estudiando en cada momento, como enlaces a contenidos adicionales incluyendo noticias, artículos, etc.

Los alumnos deberán realizar y aprobar todas las prácticas de los distintos módulos, y realizar el trabajo fin de máster para poder aprobar el máster.

La plataforma cuenta con:

- ➔ Mensajería individualizada para cada alumno.
- ➔ Vídeos de las clases y de casos prácticos.
- ➔ Tutorías online con el profesorado.
- ➔ Documentación, noticias y contenidos.
- ➔ Foro de los módulos del máster.
- ➔ Comunicación con los profesores vía mensajería.
- ➔ Chat entre alumnos.

MÁSTER ONLINE

Duración

1 Año / 520 horas

60 ECTS

Inicio: Febrero de 2027

Fin: Febrero de 2028

Lugar

Plataforma Online

Precio

4.755 €

+ 40 € de tasas de secretaría

Pregunta por nuestras becas, facilidades de pago, prácticas en empresas y bolsa de trabajo.

Una vez finalizados y superados estos estudios, la Universidad Complutense de Madrid emitirá el título, conforme a las normas de admisión y matriculación de los títulos de Formación Permanente de la UCM

Metodología 100% Online

La formación se realizará de forma tutorizada por los profesores. Se utilizará una plataforma de formación virtual para la comunicación entre los alumnos y profesores, creando una comunidad virtual de trabajo. Los distintos profesores de cada módulo, guiarán a los alumnos proponiendo actividades adicionales dependiendo del temario que se esté cubriendo en cada momento.

Características Plataforma On-line

La plataforma actuará como vía de comunicación entre el alumno y el entorno global de formación.

El estudiante tendrá información actualizada sobre los conceptos que se estén estudiando en cada momento, como enlaces a contenidos adicionales incluyendo noticias, artículos, etc.

Los alumnos deberán realizar y aprobar todas las prácticas de los distintos módulos, y realizar el trabajo fin de máster para poder aprobar el máster.

La plataforma cuenta con:

- ➔ Mensajería individualizada para cada alumno.
- ➔ Vídeos de las clases y de casos prácticos.
- ➔ Tutorías online con el profesorado.
- ➔ Documentación, noticias y contenidos.
- ➔ Foro de los módulos del máster.
- ➔ Comunicación con los profesores vía mensajería.
- ➔ Chat entre alumnos.

CONTACTO

Teléfono de información

+34 687 30 04 04

Teléfono de admisiones

+34 667 89 05 83

Correo electrónico

info@mastermarketingdigitalucm.com

Sitio Web

masterucm.com

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ntic master