

Máster en Web: Comunicación, Marketing y Negocio (2a edición)

En la era de las Tecnologías de la Información, el conocimiento y el dominio de las estrategias y tecnologías específicas de comunicación, marketing y negocio en Internet resulta fundamental para alcanzar el éxito. El máster en Web: Comunicación, Marketing y Negocio da respuesta a las necesidades de un amplio abanico de profesionales desde una perspectiva pluridisciplinaria, actual y práctica.

La creación, desarrollo, optimización y rentabilización de un proyecto web es cada vez una tarea más compleja en la que intervienen profesionales con perfiles y formaciones totalmente diferentes. Todas las aportaciones de los actores implicados son determinantes en la consecución de los objetivos, pero a menudo intervienen desde perspectivas diferentes, cuando no contrapuestas.

El programa se orienta a facilitar una formación focalizada en el lenguaje web, en técnicas de e-marketing y en el negocio web que sea útil para diferentes perfiles: directores de e-marketing, directores de comunicación corporativa o institucional, arquitectos web, consultores y analistas web (SEO, SMO, accesibilidad, usabilidad, etc.), diseñadores, maquetadores, técnicos en comunicación y marketing, programadores y asesores tecnológicos.

El máster en Web: Comunicación, Marketing y Negocio se propone el objetivo de mejorar y actualizar el conocimiento del medio web de estos profesionales, facilitar la interacción entre los diferentes perfiles y ponerla al servicio de la obtención de unos resultados previamente definidos y sinérgicos con la estrategia de negocio.

Objetivos formativos

- Formar profesionales capaces de ejecutar y liderar la creación, desarrollo, optimización y rentabilización de proyectos web.
- Aportar una formación interdisciplinaria del medio Internet que permita definir la estrategia en Internet de empresas e instituciones.
- Contribuir a la creación de una generación de profesionales híbridos capaces de afrontar con garantías los desafíos tecnológicos, comunicativos, de marketing y negocio que intervienen en el desarrollo de una estrategia en Internet.

- Dotar a profesionales de ámbitos y perfiles como programadores, arquitectos de la información, diseñadores, maquetadores, copywriters, responsables de marketing, etc., de una formación especializada en el medio Internet y una visión global de los elementos que intervienen en éste.

¿A quién va dirigido?

- Profesionales con experiencia dentro del ámbito de la comunicación y el marketing con interés en profundizar en el conocimiento del medio web.
- Emprendedores, empresarios y gestores que buscan en Internet nuevas posibilidades de negocio.
- Consultores tecnológicos y programadores que desean adquirir una visión más global y estratégica de la web.

Calendario y horarios

La docencia del curso se extiende a lo largo de 9 meses y, posteriormente, se dispondrá de seis meses para la realización del trabajo de investigación. Con el fin de compatibilizar las clases con el ejercicio profesional, las sesiones se concentran en la tarde del viernes y la mañana del sábado. Durante los meses de julio y agosto se paraliza la actividad docente.

Horario de clases: viernes de 16:00h a 21:00h y sábados de 10h a 14h

Inicio del curso: 1 de octubre de 2010

Fin del periodo docente: 18 de junio de 2011

Presentación del trabajo de investigación: febrero de 2012

Lugar de realización

Las clases del máster en Web: Comunicación, Marketing y Negocio tienen lugar en el centro de Barcelona, en el emblemático edificio de la Casa de Convalecencia, a 5 minutos de la estación de metro Hospital de Sant Pau. El

edificio forma parte del complejo del Hospital de Sant Pau y está considerado como una de la joyas de la Barcelona modernista. El año 1997 la Unesco lo declaró patrimonio de la humanidad. Vinculado a la UAB desde 1969, ha sido remodelado y equipado con las últimas tecnologías para la docencia.

Requisitos de admisión

- Para acceder al programa es necesario disponer de un título de licenciado, graduado, ingeniero o ingeniero técnico en disciplinas relacionadas con la comunicación, la gestión empresarial, el marketing, la tecnología o la informática.
- También pueden optar licenciados, graduados, ingenieros o ingenieros técnicos de otros ámbitos que puedan acreditar conocimientos o experiencia en la temática del máster.
- Excepcionalmente, se valorará la aceptación de profesionales sin titulación siempre y cuando puedan acreditar conocimientos y experiencia profesional en el sector. En este caso no tendrán derecho al título de máster y recibirán un certificado de aprovechamiento.

Precio de matrícula

5.600 Euros

Más información

Isidre Tomasa / Òscar Coromina
masterenweb.uab@gmail.com

Programa del curso

El máster en Web: Comunicación, Marketing y Negocio está plenamente adaptado a los nuevos criterios, requerimientos y sistema académico que establece el Espacio Europeo de Educación Superior. El programa se estructura en 65 créditos ECTS (European Credit Transfer System), cosa que facilita el conocimiento de los estudios a nivel europeo.

El temario se estructura en 3 módulos (comunicación web, marketing web y negocio web) y un trabajo de investigación. Previamente, se establece un aterrizaje contextual que ofrece un doble itinerario: una formación en tecnologías web destinada a los alumnos provenientes de la comunicación o la economía o bien una formación en comunicación y marketing destinada a los alumnos con formación tecnológica.

Itinerario A – Introducción a la tecnología Web (5 créditos)

Lenguajes Web: Introducción a los lenguajes web: HTML, estándar HTML con CSS, PHP, ASP, PERL, JavaScript (Juan M. Fernández, Josep Guardiola)

Arquitectura de Sistemas: Tecnología de servidores. Bases de datos y sistemas de información. Gestores de contenidos (Josep Guardiola)

Itinerario B - Introducción a la comunicación y el marketing (5 créditos)

Comunicación: La Comunicación Social. El hecho comunicativo. Perspectiva histórica. Nuevos paradigmas. (Miquel de Moragas, Josep Maria Martí, Gemma Larrègola, Núria García)

Marketing: Marketing: fundamentos básicos. El marketing dentro de la estrategia de negocio. El plan de marketing. (Joan Llonch)

Módulo 1: Comunicación Web (15 créditos)

- **Breve Historia de la web.** ARPANET y el nacimiento de un nuevo media. La última frontera o Big Brother. (Mati Delgado, David Casacuberta)

- **Formatos y géneros de la web**

Web 1.0: La Internet de los pioneros. Webs institucionales, diarios on line, portales horizontales y verticales, directorios. El nacimiento del comercio electrónico. (Maite Soto, Emilio Márquez)

Web 2.0: La eclosión de la web social. Empowerment, co-creación, commodities. (Xavier Ribes)

Web 3.0: El futuro de la red. Web semántica. La redefinición de la web. Webs multidispositivo. (David Casacuberta, Antonella Broglia)

- El lenguaje de la web: el idioma de Internet

Estética y usabilidad. Diseño estético y/o funcional. Usabilidad. Técnicas de análisis. Eye track (Ariel Guersenzvaig, Laura Ruel)

Arquitectura de contenidos y navegación. Organización de contenidos e información. Funcionalidades. Mapas web. Wire Frames. Acceso a la información y consecución de objetivos. (Armando Fidalgo, Sergio Sánchez)

Diseño de Interacción. Del alzado al código: Definición y diseño de interfaces. Interrelación del usuario con el sistema. (Armando Fidalgo, Sergio Sánchez)

Accesibilidad. Limitaciones físicas, sensoriales y tecnológicas. Accesibilidad para robots. Errores frecuentes. Buenas y malas prácticas. (Esther Van Summeren)

Información y Copywriting: el texto en Internet. Principios básicos para la redacción de textos en la web. Persuabilidad y claridad. Marco teórico y ejemplos prácticos. (David Boronat, Silvia Barrios)

El web multimedia. El web como soporte multimedia. Retos tecnológicos. Situación actual y perspectivas de futuro. (Rosa Franquet, Santiago Miralles, Xavier Ribes)

Módulo 2: Marketing Web (15 créditos)

- **E-marketing.** El marketing en la era digital. Marketing mix en Internet. Estrategias. Dominios e identidad de marca en Internet (Òscar Coromina, Maura Claramunt, Alberto Domínguez)

- **Analítica Web:** Analítica y métrica web. Técnicas y modalidades de medición. Unidades de medida, conceptos. KPI y KIA. Definición de objetivos y ROI. Optimización: diseño de test, ejecución y valoración. Métodos de investigación cualitativa. (Òscar Coromina, Pere Rovira, Maite Soto)

- **Search Engine Marketing (SEM):** Posicionamiento de pago en buscadores (PPC). Diseño y desarrollo de campañas. Estrategias. Estudio de caso: AdWords de Google. Landing pages: diseño y optimización. (Magalí Benítez, Alex Castellote)

- **Search Engine Optimization (SEO):** Diseño y optimización de estrategias de indexación y posicionamiento natural/orgánico en buscadores, especialmente Google. (Isidre Tomasa, Javier Casares)

- **Publicidad on line:** Nuevos modelos creativos: cross media, virales, etc. Diseño de campañas. Gestión y planificación. Afiliados. (John A. Lynn, Noemí Martínez, Juan M. Moreno)

- **E-mail marketing:** Estructuración de mensajes. Principios de marketing directo. Seguimiento de resultados. (Gorka Garmendia)

- **Social Media Optimization.** E-marketing y web 2.0. Cocreación y empowerment. Redes sociales. Gestión de la reputación. (Nando Llorella)

Módulo 3: Negocio web (15 créditos)

- **Modelos de negocio en Internet.** Empresa 2.0. E-business plan. E-commerce. Modelos de negocio 2.0 i 3.0. Business Angels y otras fuentes de financiación. (Joan Carles Martínez, Carlos Blanco, Àlex d'Espona)

- **Seguridad y aspectos legales.** Marco legal. LSSI i LOPD. Seguridad y sistemas de información. Medios de pago y seguridad de transacciones. Seguridad 2.0. (Carlos Sánchez Almeida, Xavier Verge, Ferran Busquets, Josep Cabañete, Antoni Bosch)

- **Dirección de proyectos.** El éxito del proyecto. Metodologías. Planificación (Ms Project). Valoración económica de proyectos. Control y seguimiento (Víctor Giménez, Daniel Blabia, Ferran Busquets).

- **E-logística.** Necesidades logísticas del e-commerce. *Supply Chain Management*. Integración de sistemas (Web-ER-CRM-SCM). E-factura. (Joan Carles Martínez, José Luis Martínez)
- **Gestión del conocimiento.** RRHH y la red. Web 2.0 y gestión del conocimiento. Blogs internos y wikis. (Xavier Verge, Ramon Costa, Pere Rosales)

Trabajo de Investigación (15 créditos)

Una vez superado el módulo introductorio y los 3 módulos que forman el cuerpo central del máster, el estudiante dispondrá de seis meses para realizar un trabajo de investigación. Cada alumno deberá presentar un proyecto de trabajo de investigación en relación al ámbito del máster. En función de la temática se asignará un tutor que revisará la realización del proyecto. El trabajo se presentará y defenderá ante un tribunal.

Equipo Académico

En la docencia del máster en Web: Comunicación, Marketing y Negocio, participan profesores de la Universidad Autónoma de Barcelona y de otras universidades, así como profesionales en activo de reconocido prestigio. De esta manera se combina el rigor académico y un enfoque práctico y actual.

Director

Emili Prado. Catedrático de Comunicación Audiovisual en la UAB y Research Associate at University of California, Berkeley.

Coordinadores

Isidre Tomasa. Responsable de Web y Sistemas de Información en la Escuela de Postgrado de la Universitat Autònoma de Barcelona. Consultor SEO. Profesor de posicionamiento en buscadores en UOC y UAB.

Òscar Coromina. Especialista en e-marketing. Director de Comunicación y Marketing de la Escuela de Postgrado de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Profesores

Alberto Domínguez. Domain consultant. CEO de Dinamon.

Álex Castellote. Copy creativo y consultor en Multiplica.

Àlex d'Espona. Information Technology and Services Consultant. Coordinador de la Business Angel Network de Catalunya.

Antoni Bosch. Director Institute Audit @ IT-Governance (IAITG). Director de IT-Governance del Instituto de derecho y tecnología de la UAB. Profesor de la UAB.

Antonella Broglia. Information Technology and Services Consultant and Contractor a Infonomia.

Ariel Guersenzvaig. Diseñador de Interacción. Estratega independiente en diseño de experiencia de usuario y diseño de servicios. Director

ejecutivo del Observatorio de diseño de FAD. Profesor de la Escuela Universitaria Elisava.

Armando Fidalgo. Experto en usabilidad en sistemas de información. Director de consultoría en Usolab.

Carlos Blanco. Fundador y CEO de ITNET Consulting, fundador de First Tuesday.

Carlos Sánchez Almeida. Experto en derecho de Internet y TIC. Abogado en Bufet Almeida.

Daniel Blabia. Profesor del Departamento de Economía de la Empresa. Especialista en dirección de operaciones y logística.

David Boronat. Experto en marketing, publicidad y negocios en Internet. Cofundador y CEO de Multiplica. Profesor de marketing interactivo en La Salle y ESADE.

David Casacuberta. Profesor de Filosofía de la Ciencia en la UAB. Especialista en impactos sociales y cognitivos de los nuevos medios y colaborador en proyectos de e-inclusión y cultura digital.

Emilio Márquez. Creador de Marqueze.net, empresario en Internet desde 1996.

Esther van Summeren. Experta en experiencia de usuario y arquitectura de la información y webs accesibles. Diseñadora web y maquetación según estándares web.

Gemma Larrègola. Profesora titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Coordinadora de la muestra televisiva Miniput.

Ferran Busquets. Director de medios de pago del Banc de Sabadell.

Gorka Garmendia. Creativo y consultor de marketing directo, especializado en e-mailing, AdWords y landing pages. Ha impartido seminarios en la Universitat de Lleida y en la escuela de negocios EADA. Profesor de ICEMD y CEO de Gorka Garmendia & Asociados.

Javier Casares. Experto en buscadores. CEO/CTO de OJO Internet, COO/CTO de EtheK Media, CTO/SEO de Kisslab. Autor de la guía de referencia SEO.

Joan Carles Martínez. CEO de Inspecta y Owner de BCN Idea Factory. Profesor de la Damascus University, Universidad de Lima y UAB.

Joan Llonch. Vicepresidente del Banc de Sabadell. Profesor titular de Economía de la Empresa en UAB.

John A Lynn. Presidente & CEO de Grey Group Spain.

Josep Cañabete. Abogado. Profesor en la UAB. Investigador en la University of California at Berkeley, Instituto Tecnológico Autónomo de México y en la Westfälische Wilhelms-Universität de Münster.

Josep Lluís Martínez. Profesor del Departament de Economia de la Empresa. Especialista en dirección de operaciones y logística.

Josep Guardiola. Profesor de la Escuela Universitaria de Informática Tomàs Cerdà.

Josep Maria Martí. Director de la cadena SER en Catalunya. Profesor titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UAB). Director del máster en Dirección y Gestión de Empresas Radiofónicas.

Juan M. Fernández. Profesor del Area de Arquitectura i Tecnología de Computadores de la UAB. Developer en GMV.

Juan Ma Moreno. On line Marketing Manager de Betfair.

Laura Ruel. Consultora en medios digitales. Profesora de Comunicación Visual y Producción Multimedia en la School of Journalism and Mass Communication de la University of North Carolina en Chapel Hill.

Magali Benítez. Especialista en marketing on line y marketing de buscadores. Responsable de estrategia y dirección de cuentas en Polièdric. Formadora de Google Adwords.

Maria Teresa Soto. Especialista en contenidos multimedia y televisión interactiva. Profesora titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UAB).

Marta Castro. Diseñadora gráfica y blogger. Autora, bajo el alias de Kalho, de blogs como Dadanoias.net o Ternuraporno.net

Matilde Delgado. Profesora titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la UAB, especializada en modelos de programación televisiva y posibilidades de los productos de ficción en las nuevas redes interactivas.

Maura Claramunt. Especializada en Business Development y Market Research. Consultora en estrategias de marketing y modelos de desarrollo de negocio en sectores como innovación y comunicación, tecnología y desarrollo territorial.

Miquel de Moragas. Catedrático de Teoría de la Comunicación en la UAB. Director del Instituto de la Comunicación.

Nando Llorella. Online Marketing Consultant: marketing strategy, comunidades y blogosfera, SMO, SEM, web analytics, travel 2.0

Noemí Martínez. Account manager en Double You.

Núria García. Profesora titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UAB), especializada en modelos de programación televisiva y en estudios de recepción de medios con atención especial al público infantil y juvenil.

Pere Rosales. Especialista en comunicación digital y creatividad. Director de Marketing y Comunicación en Profesionalia. Profesor en ICMD, UPF, UAB y IED.

Pere Rovira. Analista Web y experto en optimización de productos web. Director de WebAnalytics.es. Profesor en ESADE, University of California, Berkeley y UAB.

Ramon Costa. Asesor del Centro de Innovación en Productividad de Microsoft. Profesor en EADA.

Rosa Franquet. Especialista en medios radiofónicos y nuevas tecnologías. Catedrática de Comunicación Audiovisual en UAB y Research Associate at University of California, Berkeley.

Santiago Miralles. Director Gerente de la Corporación Catalana de Radio y Televisión Interactiva y Director de Alianzas Estratégicas B2B de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA).

Sergio Sánchez. Diseñador de Interacción. Consultor de usabilidad en Usolab.

Sílvia Barrios. Creativa freelance (copy, ilustración y dirección de arte). Profesora de Redacción Publicitaria en la Universitat de Vic.

Víctor Giménez. Profesor y director académico de diversos grados y postgrados de economía y empresa y turismo y gestión hotelera (UAB, Universidad de Lima).

Xavier Ribes. Profesor titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad a la UAB. Experto en nuevas tecnologías. Profesor en UPC, IUP y UOC.

Xavier Verge. Team Manager o Project Manager en proyectos sobre sistemas de información y TIC. Profesor (UAB, UB, Universidad de Lima).