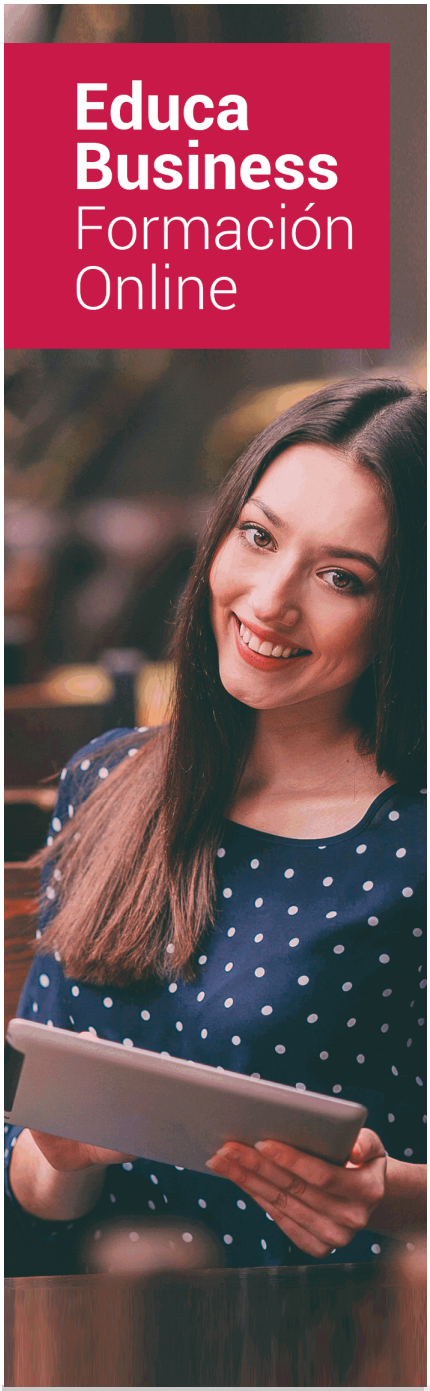
EDUCA BUSINESS SCHOOL

FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL

Postgrado en Head of Online Marketing



SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación** (AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, l**os cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública.Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Postgrado en Head of Online Marketing

DURACIÓN:
420 horas

MODALIDAD:
Online

PRECIO:
299 €
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la

EDUCA BUSINESS SCHOOL

como Escuela de Negocios de Formación Superior de Postgrado

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO

con D.N.I.XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 600 horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2015
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EURO/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 1 de Diciembre de 2015

La Dirección General

JESÚS MORENO HIDALGO

SELLO

El/La Interesado/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A

Descripción

Si trabaja en el entorno del Marketing y quiere aprender los conceptos esenciales sobre el marketing online, comercio electrónico y técnicas de gestión laboral para poder administrar este sector de manera profesional este es su momento, con el Curso: Head of Online Marketing podrá adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar esta función de la mejor manera posible.

Objetivos

- Capacitar de forma teórica y práctica en las competencias profesionales necesarias para el ejercicio profesional de la asesoría laboral adaptado a la nueva reforma laboral.
- Presentar los fundamentos del Derecho Laboral como marco de la actividad profesional.
- Conocimiento de los principales aspectos legales referentes al comercio electrónico
- Asimilación de las ventajas de Internet como canal de venta
- Conocimiento acerca de cómo mantener la seguridad en las compras a través de Internet
- Desarrollo de las habilidades que permitan llevar a cabo el marketing interactivo
- Adquirir las habilidades necesarias para realizar una campaña de marketing en buscadores orientada a mejorar la promoción, tráfico, venta o captación de clientes para una determinada página web.
- Desarrollar una campaña de marketing en buscadores para aumentar la captación de clientes.
- Saber cómo mejorar el posicionamiento de una web en motores de búsqueda con objeto de conseguir tráfico relevante.

A quién va dirigido

Este Curso: Head of Online Marketing está dirigido a profesionales del entorno del marketing online que quieran ampliar su formación o especializar sus conocimientos, así como a personas interesadas laboralmente en este sector.

Para qué te prepara

Este Curso: Head of Online Marketing le prepara para desenvolverse de manera profesional en el sector del marketing online, adquiriendo técnicas para gestionar el comercio electrónico y el posicionamiento web.

Salidas Laborales

Marketing online / Comercio electrónico.

Materiales Didácticos

- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'La Gestión Laboral'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'
- Manual teórico 'Derecho del Trabajo'
- Manual teórico 'Técnicas de Marketing On Line, Buscadores, Social Media y Móvil'
- Manual teórico 'Comercio Electrónico'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Comercio Electrónico'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses
+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono (+34) 958 050 217 e infórmate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.
En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.
30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.
10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.
El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.
Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.
Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.
Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado.**

Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa,** donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.

Reinventamos la Formación Online

Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.

Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.

Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.

Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.

Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.

Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.

Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.

Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.

Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos

Temario

PARTE 1. GESTIÓN LABORAL

MÓDULO 1. DERECHO DEL TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUENTES DEL DERECHO LABORAL

1.Introducción
2.Principios inspiradores del Derecho del Trabajo
3.Normas Internacionales Laborales
4.Normas Comunitarias Laborales
5.La Constitución Española y el mundo laboral
6.Leyes laborales
7.Decretos legislativos laborales
8.Decretos leyes laborales
9.Los Reglamentos
10.Costumbre laboral
11.Condición más beneficiosa de origen contractual
12.Fuentes profesionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NEGOCIACIÓN COLECTIVA

1.La negociación colectiva
2.El Convenio Colectivo
3.Clasificación de los Convenios Colectivos
4.Sujetos del Convenio Colectivo
5.Otros aspectos en el Convenio Colectivo: contenido, elaboración y obligatoriedad
6.Descuelgue Salarial: modificaciones de las condiciones establecidas en el Convenio
7.Concurrencia de convenios colectivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REPRESENTACIÓN DE LOS TRABAJADORES

1.La representación de los trabajadores
2.Representación unitaria: Los Comités de Empresa y los Delegados de Personal
3.Representación sindical: Secciones sindicales y Delegados sindicales
4.Representación del personal funcionario y negociación colectiva

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CONFLICTO LABORAL

1.Naturaleza del conflicto laboral
2.Procedimiento administrativo de solución de conflictos colectivos
3.Procedimientos extrajudiciales de solución de conflictos colectivos
4.Procedimiento judicial de solución de conflictos colectivos
5.Ordenación de los procedimientos de presión colectiva o conflictos colectivos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGCON: REGISTRO Y DEPÓSITO DE CONVENIOS COLECTIVOS

1.Aproximación a REGCON: registro de convenios y acuerdos colectivos de trabajo
2.Requisitos técnicos para utilizar REGCON
3.Acceso a la aplicación informática del REGCON
4.Página de Inicio de la aplicación REGCON (CCAA): Acceso según el ámbito territorial del Convenio o acuerdo colectivo
5.Documentos a presentar para la Inscripción
6.Documentos a presentar para la Inscripción
7.Acuerdos de inaplicación de convenios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTRATOS (I). LA RELACIÓN LABORAL

1.El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
2.Tiempo de trabajo: jornada laboral, horario, horas extraordinarias, recuperables y nocturnas, descanso semanal, días festivos, vacaciones y permisos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS Y COTIZACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

1.El Salario: elementos, abono, SMI, pagas extraordinarias, recibo y garantías
2.Cotización a la Seguridad Social
3.Retención por IRPF
4.Relación de ejercicios resueltos: bases y tipos contingencias

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONTRATOS (II). MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1.Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
2.Contratos de trabajo de duración indefinida
3.Contratos de trabajo temporales
4.Contrato de trabajo en prácticas
5.Contrato para la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MODIFICACIÓN, SUSPENSIÓN Y EXTINCIÓN DEL CONTRATO

1.Modificaciones de las condiciones del contrato de trabajo
2.Suspensión del contrato de trabajo: Determinación, causas y efectos
3.Extinción del contrato de trabajo: formas y causas

4.Los Expedientes de Regulación de Empleo (ERES)

MÓDULO 2. LA GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMA DE LA SEGURIDAD SOCIAL

1.Introducción El Sistema de Seguridad Social
2.Regímenes de la Seguridad Social
3.Régimen General de la Seguridad Social Altas y Bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ACCIÓN PROTECTORA DE LA SEGURIDAD SOCIAL

1.Nociones generales: prestaciones económicas y asistenciales
2.Incapacidad Temporal
3.Riesgo durante el embarazo, maternidad, paternidad y lactancia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. JUBILACIÓN

1.Jubilación
2.Pensión contributiva de jubilación: Régimen general y cuantía
3.Supuestos especiales de jubilación
4.Incompatibilidades en la percepción de la pensión Efectos
5.Pensión de jubilación no contributiva
6.Aproximación al procedimiento laboral
7.Jurisdicción y competencia del Orden Jurisdiccional Social
8.Prejudicialidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTECCIÓN POR DESEMPLEO

1.Desempleo
2.Gestión y pago de las prestaciones
3.Obligaciones del empresario y del trabajador
4.Modalidades de pago único de la prestación por desempleo
5.Renta activa de inserción (RAI)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL DERECHO PROCESAL LABORAL

1.Aproximación al procedimiento laboral
2.Jurisdicción y competencia del Orden Jurisdiccional Social
3.Prejudicialidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ORDEN JURISDICCIONAL SOCIAL

1.Jurisdicción Social: Nociones Generales
2.Principios del proceso laboral
3.Normativa reguladora del orden jurisdiccional social
4.Organización del Orden Jurisdiccional Social

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS PARTES EN EL PROCESO LABORAL

1.Las partes en el proceso
2.Capacidad procesal y de obrar de las partes en el proceso laboral
3.Legitimación procesal Legitimación activa y pasiva

4.Representación y postulación procesal
5.Sucesión procesal
6.El beneficio de la justicia gratuita

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMA CONTRAT@

1.Comunicación de contratos: los sistemas Contrat@
2.Comunicación de la contratación
3.Corrección de datos
4.Incluir contrato de oficina de empleo
5.Comunicación de la copia básica
6.Seguimiento de las comunicaciones realizadas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SISTEMA SILTRA

1.Asignar Códigos de cuenta de cotización
2.Escritorio de SILTRA
3.Cotización

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SISTEMA SILTRA II

1.Afiliación
2.Procesar remesas INSS
3.Configuración

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SISTEMA SILTRA III

1.Comunicaciones
2.Utilidades

PARTE 2. COMERCIO DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO

MÓDULO 1. COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO: APROXIMACIÓN

1.El Comercio Electrónico como instrumento para crear valor
2.Marketing electrónico y Comercio Electrónico. Diferencias entre los términos
3.El Comercio Electrónico: Origen y antecedentes
4.Internet y sus ventajas en la estrategia de Marketing
5.El Comercio Electrónico en datos: Informes
6.Ejercicios complementarios: Aproximación al Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN PARA GENERAR INGRESOS: MODELOS DE NEGOCIO ONLINE

1.Modelos de Negocio Online: Contextualización
2.Modelos de negocio online según los participantes en las transacciones comerciales electrónicas: B2B, B2C, C2C y otras

3.Tipos de Negocio Online según Hoffman, Novak y Chatterjee: Tiendas electrónicas, presencia en internet, sitios web de contenido, email, agentes de búsqueda y control del tráfico

4.Modelos de negocio basados en internet según Michael Rappa: BroKers, Publicidad, Infomediarios, mayoristas y detallistas, canal directo del fabricante, afiliación, Comunidad, suscripción y bajo demanda

5.Basados en las redes inter-organizacionales: Informativo, Transaccional y Operacional

6.Otros modelos de negocio: subastas online, plataformas de colaboración, Comunidades virtuales y mercado de productos usados

7.Ejercicios complementarios: Planificación para generar ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE COMPRA EN COMERCIO ELECTRÓNICO: FASES, CADENA DE VALOR Y BENEFICIOS

1.Fases del proceso de compra: información, argumentación, producto y dinero, e Información y soporte al consumidor

2.Carro de la compra: medidas para favorecer el proceso de compra

3.Cadena de valor en comercio electrónico: Mejoras

4.Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico desde el punto de vista del consumidor y de la empresa

5.Ejercicios complementarios: Proceso de Compra en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS ONLINE

1.La inmediatez en el intercambio de productos: Intercambio de productos y/o servicios a través de Internet

2.Factores que influyen en la experiencia web para que se produzca el intercambio de productos y/o servicios: usabilidad, interactividad, confianza, estética web y marketing mix

3.Criterios empresariales para la fijación de precios en internet

4.Atención al cliente antes y después de la venta en el intercambio de productos vía internet

5.Ejercicios complementarios: Intercambio de productos online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTERNET COMO CANAL DE COMUNICACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO: PROMOCIÓN WEB

1.Comunicación transversal entre empresa y consumidor: Internet como canal de comunicación

2.Herramientas en Comunicación: Publicidad, Promoción, Marketing directo, Relaciones públicas y Fuerza de Ventas

3.Venta en internet: conseguir la venta y fidelización

4.Proceso de planificación publicitaria: La campaña publicitaria

5.Campañas online: SEM, SEO, promoción de ventas online, marketing directo online y redes sociales

6.Ejercicios complementarios: Internet como canal de comunicación en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Introducción: ¿Captar al cliente o fidelizar al cliente?

2.Proceso de fidelización: claves

3.Fidelización en comercio electrónico: ventajas

4.Mantenimiento de cartera de clientes

5.Acciones a tener en cuenta para llevar a cabo la fidelización: fórmula IDIP

6.Estrategias en fidelización: Cross Selling, Up Selling y Diversificación a otros sectores

7.Nivel de fidelización de los clientes
8.Ejercicios complementarios: Fidelización de clientes en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Medios de pago en las transacciones electrónicas
2.Clasificación de los medios de pago: tradicionales y puramente online
3.El medio de pago por excelencia: Las tarjetas bancarias
4.Pago contra-reembolso: Ventajas e inconvenientes
5.Transferencia bancaria directa
6.Medios de Pago puramente online: paypal, pago por teléfono móvil, tarjetas virtuales, monedas virtuales y mobipay
7.Seguridad en los pagos online: Secure Sockets Layer, Secure Electronic Transaction, 3D - Secure, Certificados digitales - Firma electrónica
8.Fraude para los consumidores online
9.Ejercicios complementarios: Medios de pago en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NORMATIVA REGULADORA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Principales normas de ordenación del Comercio Electrónico
2.Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los Derechos Digitales
3.Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI): Ley 34/2002, de 11 de julio
4.Protección de Datos en Marketing
5.Ejercicios complementarios: Normativa reguladora del Comercio Electrónico

MÓDULO 2. TÉCNICAS DE MARKETING ON LINE, BUSCADORES, SOCIAL MEDIA Y MÓVIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE

1.Cómo hacer una campaña publicitaria OnLine
2.Otras modalidades de promoción Online
3.Los leads
4.Selección de palabras clave
5.Campañas de video marketing
6.E-mail marketing
7.La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing
8.Conseguir contactos y bases de datos para campañas de email marketing
9.Personalización de la oferta y permission marketing
10.Permission marketing
11.Marketing viral
12.Marketing de afiliación
13.Qué es trade marketing

14.Indicadores clave de desempeño (KPI)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DE BUSCADORES

1.Cómo funciona el marketing de buscadores
2.Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
3.Búsqueda orgánica o SEO
4.Cómo funciona el algoritmo de Google
5.Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google
6.Relevancia del contenido
7.Eligiendo palabras objetivo
8.La importancia de los enlaces entrantes
9.Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas
10.Técnica para conseguir ser enlazado
11.La importancia de las palabras de enlace
12.Enlaces y textos de enlaces
13.Enlaces internos
14.Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles
15.Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density)
16.Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis
17.Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css
18.Uso de frames
19.Redirects
20.Enlaces Javascript y Flash
21.Cloacking o páginas exclusivas para buscadores
22.Comandos útiles de Google
23.SEM y Google adwords
24.Posicionamiento publicitario y pago por click
25.Compra de palabras clave y SEM
26.Publicidad basada en resultados
27.Posicionamiento en Google maps
28.Herramientas de monitorización SERP
29.Google trends
30.Autopráctica Google trends
31.Informes de Google
32.Google analitycs
33.Medir y analizar resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

1.El origen de los medios sociales
2.Social media
3.Tipos de medios sociales

4.Marketing en medios sociales
5.El Plan de medios sociales
6.Estrategias de social media
7.Campañas en medios sociales
8.Objetivos generales de una campaña en redes sociales
9.El Crowdsourcing
10.Medición de resultados de un social media plan
11.Analítica social y estrategia
12.Objetivos
13.IOR
14.Impact of relationship

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

1.Tipos de redes sociales
2.¿Por qué hacer marketing en redes sociales?
3.El marketing viral y las redes sociales
4.La publicidad en las redes sociales. Dónde, cómo y para qué
5.Herramientas para crear y organizar contenido en redes sociales
6.Facebook, MySpace, Tuenti, Twitter y Youtube y otras aplicaciones de video y fotografía
7.Redes sociales profesionales en España
8.Otras redes sociales importantes
9.Aplicaciones para la gestión de redes sociales
10.Geolocalización en las redes sociales
11.Social bookmarking- explicación gráfica

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS BLOGS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING

1.Los blogs como herramienta de marketing
2.Mis primeros pasos con el blog
3.Los factores del éxito en los blogs
4.Relaciona conceptos
5.Yammer y las wikis

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1.Sindicación de contenidos
2.RSS
3.Lector de feed
4.¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?
5.Cómo reunir los feeds RSS
6.PodCasting
7.Radar de noticias personales
8.Lifestreaming
9.Crear nuestro propio feed RSS

10.Directorios RSS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND

1.Marketing móvil
2.Formas de conectarse a internet a través del móvil
3.Otras aplicaciones de marketing móvil
4.Formatos estándares en internet móvil
5.Marketing de móviles
6.Consejos para una estrategia de marketing móvil
7.SMS marketing
8.Televisión digital
9.Televisión por internet

PARTE 3. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

1.Introducción
2.Concepto de 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. EL ENTORNO WEB

1.Compra de dominio y contratación de hosting
2.Instalación de Wordpress
3.Configuraciones iniciales
4.Themes
5.Personalización de Wordpress
6.Creación de Posts y Páginas
7.Gestión comentarios
8.Biblioteca Multimedia
9.Gestión de usuarios y roles
10.Herramientas útiles

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Auge del comercio online
2.Tipos de eCommerce
3.Atención al cliente
4.Embudos de conversión
5.Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB

1.Importancia del SEO
2.Funcionamiento de los buscadores
3.Google: algoritmos y actualizaciones
4.Cómo salir de una penalización en Google
5.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

1.SEO local
2.SEO internacional
3.SEO para apps: ASO
4.SEO para Amazon Marketplace
5.SEO en Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

1.Auditoria de indexabilidad
2.Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3.Monitorización de marca
4.Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5.Códigos de estado y Protocolo
6.Análisis Log
7.Análisis de la taxonomía web

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)

1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos de SEM
3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
4.Primer contacto con Google Ads
5.Creación de anuncios de calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS

1.Introducción
2.Tipo de Keywords
3.SEMrush
4.Sistrix
5.LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6.Herramientas gratuitas
7.Extensiones para Chrome

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1.¿Qué es el Inbound Marketing?
2.Marketing de Contenidos
3.Marketing viral
4.Video Marketing

5.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO

1.¿Qué es Black Hat SEO?
2.White Hat SEO
3.Riesgos del uso de Black Hat SEO
4.Técnicas Black Hat SEO
5.Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
6.Informe de Acciones manuales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online