



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Master en Inbound Marketing + Master en Copywriting



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



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

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, **los 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).

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.

Master en Inbound Marketing + Master en Copywriting



DURACIÓN:

1.500 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

1.795 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Doble Titulación:

- Titulación de Master en Inbound Marketing con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional
- Titulación de Master en Copywriting con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



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 UNESCO).



Descripción

Master en Inbound Marketing + Master en Copywriting [Ver Curso](#)

Este Master en Inbound Marketing le ofrece una formación especializada en la materia. Si trabaja en el entorno del marketing digital y desea conocer las características fundamentales del inbound Marketing este es su momento, con el master Inbound Marketing Specialist: Experto en Inbound Marketing podrá adquirir los conocimientos necesarios para desenvolverse profesionalmente en este entorno. El Inbound Marketing consiste en hacer que el usuario sea el que encuentra a la marca, realizando diferentes estrategias para conseguirlo, al contrario que la publicidad que puede llegar a interrumpir y perseguir al cliente.

Este Master en Copywriting le ofrece una formación especializada en la materia. Este Master Copywriter: Experto en Redacción Publicitaria le ofrece una formación especializada en la materia mediante un estudio ambicioso dirigido a estudiantes que se quieran especializar en la redacción publicitaria.

Objetivos

-Valorar la situación actual del periodismo observando las tendencias comunicativas de mayor relevancia. -Adquirir los conocimientos necesarios que estén en relación con la redacción periodística y su correcta puesta en práctica. -Identificar los diferentes valores y estructuras de la noticia atendiendo a sus características principales. -Conocer los géneros periodísticos valorando todo su proceso en relación con la redacción periodística. -Indagar en las características generales del estilo periodístico con el objetivo de profundizar en los conocimientos de los medios de comunicación. -Estimar la tendencia actual de la sociedad de la información atendiendo al nuevo escenario al que se enfrenta. - Clasificar panorama de una revolución en curso. - Interpretar la información con una dosis de subjetividad. - Analizar un taller de periodismo práctico: ejercicios de estilo. - Analizar el proceso de comunicación publicitaria identificando las técnicas de comunicación más idóneas. - Desarrollar en profundidad el concepto de publicidad y sus aplicaciones en el ámbito profesional. - Identificar el papel que la publicidad desempeña dentro de una empresa. - Diferenciar los distintos medios publicitarios, identificar fuentes de información, así como aclarar conceptos y términos ligados a la publicidad, la comunicación y el marketing con sus correspondientes connotaciones con el mundo laboral y en concreto con las áreas de trabajo que nos ocupan. - Conocer la importancia del marketing mix en las empresas digitales. - Aprender sobre el Branding y posicionamiento en Internet. - Aprender sobre la Planificación de estrategias de generación y cualificación de leads. Hubspot. - Realizar consultas de analítica web y seo. - Realizar la optimización en la gestión del Marketing Relacional. - Formar profesionales en el ámbito empresarial capaces de enfrentarse al proceso de creación de una campaña de publicidad y la elaboración de un plan de medios. - Fomentar la capacidad de análisis, y la reflexión crítica del alumno necesaria para saber adaptarse al entorno actual. - Comprender los conceptos básicos que atañen a la publicidad y a los medios de comunicación. - Poder dirigir un proceso de creación publicitaria y diseñar un plan de medios de comunicación. -Aprenderás los conceptos de firma digital, sus ámbitos de aplicación y su proceso de verificación. -Serás capaz de identificar los datos que son necesarios proteger cuando se trabaja en Internet. -Concienciar acerca de la importancia y el papel que juega la tecnología, y en particular Internet. -El desarrollo de técnicas de trabajo colaborativo en la Red y su aplicación en distintos entornos de comunicación digital. -Identificar y conocer los distintos modelos de negocio digitales. - Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales e Internet para tener mayor reputación y dominar las principales técnicas del marketing y comunicación online. - Saber maximizar el rendimiento de las redes sociales y comunidades online - Conocer las distintas estrategias de éxito que te ayuden a aumentar la reputación online de la empresa. - Aprender a dinamizar una comunidad online.

A quién va dirigido

Este Master en Copywriting está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además el máster Internacional en Copywriting está dirigido a toda persona que quiera dedicarse a la redacción publicitaria, con gran efectividad detectando relevancia, mejora de redacción, valores y enfocada al objetivo. Con mejora profesional práctica.

Para qué te prepara

Este Master en Inbound Marketing le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master Inbound Marketing Specialist: Experto en Inbound Marketing le prepara para conocer a fondo el término de Inbound Marketing y a realizar las estrategias oportunas para conseguir los objetivos de esta tarea, llegando a poder realizarla de manera independiente

Este Master en Copywriting le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master Copywriter: Experto en Redacción Publicitaria está dirigida a los profesionales del mundo de las Ciencias De La Información y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con la Redacción publicitaria. Medios, Géneros y Formatos.

Salidas Laborales

Marketing digital / Experto en Inbound marketing.
Redactor Publicitario, Periodismo, Medios de comunicación, Editoriales.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

- Tarjeta

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.

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



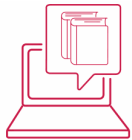
Más de 150 cursos Universitarios

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

1. CURSO 1. MASTER EN INBOUND MARKETING

PARTE 1. INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

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. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE ATRACCIÓN

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Los blogs Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Social Media

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CONVERSIÓN

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE CIERRE

1. Marketing Relacional
2. Gestión de relaciones con los clientes CRM
3. Email marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE DELEITE

1. Encuestas
2. Contenido inteligente
3. Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTRODUCCIÓN AL 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 8. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos
6. El proceso de Copywriting

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COPYWRITING PARA E-COMMERCE

1. Introducción
2. La Homepage
3. Los menús
4. Fichas de producto
5. Descripción de los servicios
6. Página ¿quiénes somos?
7. Página de contacto
8. Página preguntas frecuentes
9. Carrito de la compra, checkout y agradecimiento
10. Envío de emails

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING PARA PERSONAL BRANDING

1. Introducción
2. Definir tu marca y el estilo
3. Identificar y definir tu público objetivo o audiencia
4. Creación de lista de contactos
5. Páginas personal corporativa
6. Blog personal

- 7. Uso de las redes sociales
- 8. Plan de Comunicación

PARTE 2. FUNDAMENTOS DE LA EFICACIA PUBLICITARIA Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

- 1. La comunicación publicitaria, una comunicación persuasiva
 - 1.- Una aproximación al concepto de retórica
 - 2.- Las bases retóricas de la comunicación persuasiva
 - 3.- La publicidad como comunicación persuasiva
 - 4.- La publicidad racional y la publicidad emocional
 - 5.- Los actores que intervienen en el proceso publicitario
 - 6.- El proceso publicitario
- 2. Comunicación eficaz

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONSUMIDOR

- 1. Fundamentos de la Psicología de la Comunicación
- 2. El comportamiento del consumidor
 - 1.- Los factores que influyen en el consumidor
 - 2.- Modelos de comportamiento del consumidor
- 3. El proceso de compra
 - 1.- La toma de decisión
 - 2.- Las situaciones de compra y consumo
- 4. El consumidor como parte de una audiencia
 - 1.- La actividad de la audiencia
 - 2.- La influencia de la audiencia sobre los contenidos
 - 3.- Los efectos de los medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONCEPTO DE EFICACIA PUBLICITARIA Y RETORNO DE LA INVERSIÓN

- 1. La eficacia publicitaria vinculada a una campaña o anuncio
 - 1.- Las variables que influyen en la eficacia publicitaria
 - 2.- Las técnicas de control de la eficacia
 - 3.- Las técnicas de medición de la eficacia publicitaria
- 2. Las bases de la eficacia comunicativa
 - 1.- Una aproximación al concepto de Marketing ROI
 - 2.- La modelización, la gran apuesta de la eficacia
 - 3.- Parámetros para la medición del ROI
- 3. La medición de la eficacia en publicidad de respuesta directa (RD)
 - 1.- El concepto de respuesta directa en publicidad
 - 2.- Utilidades de la publicidad de respuesta directa

- 3.- Ventajas y desventajas de la publicidad de respuesta directa
 - 4.- Evolución y situación actual de la publicidad de respuesta directa en España
 - 5.- La estrategia de la respuesta directa
 - 6.- Los conceptos generales en la estrategia de respuesta directa:
- 4.Las claves de su funcionamiento

PARTE 3. EXPERTO EN COMPETENCIAS, COMUNICACIÓN Y FIRMA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS: WEB 2.0

- 1.Web 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

- 1.Buscadores
- 2.¿Cómo funciona un buscador?
- 3.Principales motores de búsqueda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BÚSQUEDAS AVANZADAS

- 1.Marketing en motores de búsqueda
- 2.La búsqueda semántica
- 3.SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIOS POR INTERNET

- 1.Impacto de las tecnologías en los resultados de la organización

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

- 1.Servicios y su monetización
- 2.La nube
- 3.HTML
- 4.Uso del correo electrónico y los SMS
- 5.¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing
- 6.Mapas mentales
- 7.Diseño de Textos digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN A BLOGGING Y MICROBLOGGING

- 1.Primeros pasos para crear un blog

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO DE IMÁGENES.

- 1.Texto en imágenes
- 2.Imagen digital
- 3.Infografía en Photoshop
- 4.Gestión de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LOS DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Derechos De Autor Y Propiedad Intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNIDADES VIRTUALES: FOROS Y REDES SOCIALES

1. Ning: Foros de discusión y salas de chat
2. Redes sociales
3. Facebook y youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ENTORNOS COLABORATIVO

1. Uso de la nube
2. Escritorio virtual o VDI
3. Crowdsourcing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPORTAMIENTO ON-LINE

1. Netiquette

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SEGURIDAD EN INTERNET

1. Internet seguro
2. Comercio seguro
3. SSL y SSH
4. Algoritmo criptográfico
5. Certificado digital

UNIDAD DIDÁCTICA 13. COMPETENCIAS DIGITALES BÁSICAS

1. Amenazas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. COMUNICACIÓN EN INTERNET

1. Diferencias entre los medios de comunicación de antes con los medios de comunicación de ahora
2. Tecnologías de las aplicaciones web

UNIDAD DIDÁCTICA 15. TRABAJAR POR INTERNET

1. Comunidades
2. Relaciones públicas
3. Trabajando por internet
4. Internet como plataforma de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HERRAMIENTAS DE TRABAJO POR INTERNET

1. Correo WebMail
2. Microblogging y Mensajería instantánea
3. Aplicaciones del navegador

UNIDAD DIDÁCTICA 17. TRABAJO EN GRUPO

1. Wikis
2. Blogs
3. Alojamiento de archivos compartidos
4. Herramientas para documentar

UNIDAD DIDÁCTICA 18. PERFIL DIGITAL

1. Personalidad digital del sitio Web
2. Perfil digital profesional
3. Implantar un blog corporativo
4. Estrategia de desarrollo de comunidades

UNIDAD DIDÁCTICA 19. NETWORKING

- 1.Introducción al Networking
- 2.Twitter y Facebook
- 3.Redes sociales profesionales
- 4.Instagram y Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 20. FIRMA Y CERTIFICADO DIGITAL

- 1.¿Qué es un certificado Digital?
- 2.Firma electrónica
- 3.Incorporación de la sociedad a las NNTT de la Información y las Comunicaciones (TIC)

UNIDAD DIDÁCTICA 21. CONTENIDO Y ALCANCE

- 1.Efectos de las TIC en la Sociedad de la Información

UNIDAD DIDÁCTICA 22. NORMATIVA

- 1.Normativa del Comercio Electrónico en España

UNIDAD DIDÁCTICA 23. ¿CÓMO OBTENER LA FIRMA ELECTRÓNICA?

- 1.Criptografía
- 2.Procedimiento de obtención de la Firma Electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GESTIÓN DE RIESGO

- 1.Introducción a la Gestión de Riesgo

UNIDAD DIDÁCTICA 25. DONDE UTILIZAR LA FIRMA DIGITAL

- 1.Organismos oficiales nacionales, autonómicos, locales
- 2.Transacciones comerciales y financieras

UNIDAD DIDÁCTICA 26. SISTEMAS DE SEGURIDAD EN LA EMPRESA

- 1.Seguridad En La Empresa

PARTE 4. COMMUNITY MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL 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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIAL CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1.Introducción
- 2.Marketing relacional
- 3.Experiencia del usuario
- 4.Herramientas de Social CRM

5. Atención al Cliente en Facebook

6. Atención al Cliente en Twitter

7. Atención al Cliente en Instagram

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?

2. Conectar, emocionar y convencer

3. Principales técnicas de copywriting

4. SEO para Copywriting

5. La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BLOGGING, SEO Y ANALÍTICA

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM

2. Blogs y Wordpress

3. Posicionamiento SEO

4. Contenido inteligente

5. Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook

2. Facebook para empresas

3. Configuración de la Fanpage

4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger

5. Tipo de publicaciones

6. Creación de eventos

7. Facebook Marketplace

8. Administración de la página

9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram

2. Instagram para empresas

3. Creación de contenido

4. Uso de Hashtags

5. Instagram Stories

6. Herramientas creativas

7. Colaboración con influencers

8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter

2. Elementos básicos de Twitter

3. Twitter para empresas

4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter

- 5.Contenidos
- 6.Uso de Hashtags y Trending Topic
- 7.Twitter Analytics
- 8.TweetDeck
- 9.Audiense
- 10.Hootsuite
- 11.Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE YOUTUBE

- 1.Introducción a Youtube
- 2.Vídeo Marketing
- 3.Crear una canal de empresa
- 4.Optimización del canal
- 5.Creación de contenidos
- 6.Gestión de comentarios
- 7.Youtube Analytics
- 8.Youtube vs Vimeo
- 9.Keyword Tool
- 10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

- 1.Introducción a Facebook Ads
- 2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
- 3.Segmentación: públicos
- 4.Presupuesto
- 5.Formatos de anuncios
- 6.Ubicaciones
- 7.Administrador de anuncios
- 8.Seguimiento y optimización de anuncios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

- 1.Introducción a Instagram Ads
- 2.Objetivos publicitarios
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Presupuesto
- 6.Instagram Partners
- 7.Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

- 1.Objetivos publicitarios
- 2.Audiencias en Twitter
- 3.Tipos de anuncios

- 4.Administrador de anuncios
- 5.Creación de campañas y optimización
- 6.Twitter Cards
- 7.Instalación código de seguimiento
- 8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

- 1.Ventajas de la publicidad en Youtube
- 2.Youtube y Google Adwords
- 3.Tipos de anuncios en Youtube
- 4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
- 5.Creación de anuncios desde Youtube

PARTE 5. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA WEB 2.0

- 1.Origen de la web 2.0
- 2.Principales características de la web 2.0
- 3.Aportación de la web 2.0 tanto a empresas como a consumidores
- 4.Ventajas de la web 2.0
- 5.Nuevas tendencias: la web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIONES DE LA WEB 2.0 EN MARKETING

- 1.Formularios de contacto
- 2.Blogs, webs, wikis
- 3.Marcadores sociales
- 4.Aplicaciones en línea
- 5.Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
- 6.Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)

- 1.Marketing en Redes Sociales, el SMM
- 2.Nuevos consumidores: prosumer y crossumer
- 3.Escuchar a tus seguidores
- 4.Animar a participar

5. Cómo mejorar la experiencia de compra del consumidor
6. Seguimiento de audiencias
7. Publicidad en social media
8. El poder del efecto viral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online
3. Identidad digital
4. Reputación dañada, como gestionar este tipo de crisis
5. Principales herramientas e indicadores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA PLAN

1. El plan de medios sociales
2. Objetivos y estrategia del plan de medios sociales
3. Posicionamiento e imagen de marca
4. Captación y fidelización de audiencias
5. Integración del plan de medios sociales en la estrategia de marketing de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SOCIAL MEDIA MOBILE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA FIGURA DEL SOCIAL MEDIA MANAGER

1. ¿Qué es un Social Media Manager?
2. La figura del Social Media Manager en la empresa
3. Competencias y responsabilidades
4. La organización del profesional en redes sociales
5. Principios sobre la gestión del tiempo
6. Herramientas de gestión y monitorización para rentabilizar el tiempo en la web 2.0
7. Objetivos y seguimiento del Social Media Manager
8. Errores que no debe cometer un Social Media Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS EN REDES SOCIALES

1. Análisis del tráfico en redes sociales
2. Fijar objetivos en redes sociales
3. Facebook
4. Twitter
5. Youtube
6. Blogs
7. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES

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

PARTE 1. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES

- 1.¿Qué es una marca?
- 2.Naturaleza y estructura de la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA

- 1.La Planificación estratégica
- 2.Valor de Marca: Brand Equity
- 3.Marcas Corporativas y Marca Producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

- 1.Métodos Tradicionales de Comunicación
- 2.La Presencia de la Marca en el Medio Online
- 3.La Imagen como Comunicadora

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA

- 1.Modelo de Arquitectura de Marcas
- 2.El Brand Manager Como Gestor
- 3.Brand Meaning Management - Identidad de Marca 3.0
- 4.El Storytelling
- 5.Branded Content y Product Placement
- 6.Personal Branding- Cómo Crear tu Propia Marca
- 7.Otras Manifestaciones - Cool Hunting, Detección de Insight
- 8.El Packaging
- 9.Merchandising o la Marca Convertida en Producto
- 10.Servicios de Información Tecnológica de la OEPM

PARTE 2. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

MÓDULO 1. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.La comunicación comercial

2.El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo

3.La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

1.Definición de Publicidad

2.Procesos de Comunicación Publicitaria

3.Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

1.Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa

2.Funciones del Departamento de Publicidad

3.Determinación del presupuesto publicitario

4.La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

1.La Agencia de Publicidad

2.Organigrama de una Agencia Publicitaria

3.Clasificación de las Agencias

4.El fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1.Concepto y clasificación

2.Medios Publicitarios

3.Internet y Publicidad

4.Animación y Marketing

5.Telemarketing

6.Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1.Introducción

2.El cliente actual

3.El cliente potencial

4.Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

1.El entorno de las Organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1.El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas

2.Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores

3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo

4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

- 1.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 2.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 3.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
- 4.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

- 1.Componentes de un sistema de información de marketing
- 2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
- 3.Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

MÓDULO 2. RECURSOS PRÁCTICOS. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS

PARTE 3. REDACCIÓN PERIODÍSTICA. MEDIOS, GÉNEROS Y FORMATOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PANORAMA DE UNA REVOLUCIÓN EN CURSO

- 1.Una propuesta de síntesis
- 2.Géneros, revolución digital y crisis de identidad en el periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GÉNERO, ESTILO Y FORMATO

- 1.La redacción periodística
- 2.El lenguaje periodístico general
- 3.Situación comunicativa y géneros periodísticos
- 4.Un estilo para cada género (y para cada subgénero)
- 5.Medios y formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS GÉNEROS INFORMATIVOS CLÁSICOS

- 1.Aproximación teórica
- 2.Las agencias de prensa
- 3.La vieja noticia impresa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL

- 1.El relato informativo sonoro: una escritura en el aire y en el tiempo
- 2.Periodismo escrito con imágenes
- 3.La revolución de internet y la nueva escritura

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INFORMACIÓN CON UNA DOSIS DE SUBJETIVIDAD

- 1.La crónica: una visión personal de los hechos
- 2.El reportaje objetivo y el periodismo en profundidad
- 3.La entrevista: un género tradicional y camaleónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORMACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

- 1.Los falsos análisis
- 2.El análisis clásico
- 3.La interpretación en los medios audiovisuales
- 4.La crónica de experto
- 5.Entrevista e interpretación
- 6.El reportaje interpretativo
- 7.Redacción periodística Medios, géneros y formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL COMENTARIO Y LOS TEXTOS DE OPINIÓN

- 1.La crítica
- 2.El editorial
- 3.Otros textos editorializantes
- 4.La tribuna: la firma de la página abierta
- 5.La tertulia radiofónica y el debate televisivo
- 6.La columna: un espacio que admite la exaltación del yo
- 7.Blogs, foros y otros géneros digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TALLER DE PERIODISMO PRÁCTICO: EJERCICIOS DE ESTILO

- 1.Textos para contar y explicar
- 2.Textos para opinar y entretener

PARTE 4. PERIODISMO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PERIODISMO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES: DIGITALIZACIÓN DE LOS MASS MEDIA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSTRUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LA REALIDAD EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET: CREDIBILIDAD Y VERACIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SEO EN PRENSA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN DE CONTENIDOS COMO TRABAJO PERIODÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PERIODISMO Y PODCASTING

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN Y RETRANSMISIÓN DE EVENTOS ON-LINE

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GABINETE DE PRENSA EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PERIODISMO Y REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 11. FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE IMAGEN EN PERIODISMO DIGITAL

PARTE 5. COMPETENCIAS, COMUNICACIÓN Y FIRMA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS: WEB 2.0

- 1.Web 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

- 1.Buscadores
- 2.¿Cómo funciona un buscador?
- 3.Principales motores de búsqueda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BÚSQUEDAS AVANZADAS

- 1.Marketing en motores de búsqueda
- 2.La búsqueda semántica
- 3.SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIOS POR INTERNET

- 1.Impacto de las tecnologías en los resultados de la organización.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

- 1.Servicios y su monetización
- 2.La nube
- 3.HTML
- 4.Uso del correo electrónico y los SMS
- 5.¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing
- 6.Mapas mentales
- 7.Diseño de Textos digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN A BLOGGING Y MICROBLOGGING

- 1.Primeros pasos para crear un blog

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO DE IMÁGENES.

- 1.Texto en imágenes
- 2.Imagen digital
- 3.Infografía en Photoshop
- 4.Gestión de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LOS DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Derechos De Autor Y Propiedad Intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNIDADES VIRTUALES: FOROS Y REDES SOCIALES

1. Ning: Foros de discusión y salas de chat
2. Redes sociales
3. Facebook y youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ENTORNOS COLABORATIVO

1. Uso de la nube
2. Escritorio virtual o VDI
3. Crowdsourcing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPORTAMIENTO ON-LINE

1. Netiquette

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SEGURIDAD EN INTERNET

1. Internet seguro
2. Comercio seguro
3. SSL y SSH
4. Algoritmo criptográfico
5. Certificado digital

UNIDAD DIDÁCTICA 13. COMPETENCIAS DIGITALES BÁSICAS

1. Amenazas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. COMUNICACIÓN EN INTERNET

1. Diferencias entre los medios de comunicación de antes con los medios de comunicación de ahora
2. Tecnologías de las aplicaciones web

UNIDAD DIDÁCTICA 15. TRABAJAR POR INTERNET

1. Comunidades
2. Relaciones públicas
3. Trabajando por internet
4. Internet como plataforma de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HERRAMIENTAS DE TRABAJO POR INTERNET

1. Correo WebMail
2. Microblogging y Mensajería instantánea
3. Aplicaciones del navegador

UNIDAD DIDÁCTICA 17. TRABAJO EN GRUPO

1. Wikis
2. Blogs
3. Alojamiento de archivos compartidos
4. Herramientas para documentar

UNIDAD DIDÁCTICA 18. PERFIL DIGITAL

1. Personalidad digital del sitio Web
2. Perfil digital profesional
3. Implantar un blog corporativo
4. Estrategia de desarrollo de comunidades

UNIDAD DIDÁCTICA 19. NETWORKING

- 1.Introducción al Networking
- 2.Twitter y Facebook
- 3.Redes sociales profesionales
- 4.Instagram y Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 20. FIRMA Y CERTIFICADO DIGITAL

- 1.¿Qué es un certificado Digital?
- 2.Firma electrónica
- 3.Incorporación de la sociedad a las NNTT de la Información y las Comunicaciones (TIC)

UNIDAD DIDÁCTICA 21. CONTENIDO Y ALCANCE

- 1.Efectos de las TIC en la Sociedad de la Información

UNIDAD DIDÁCTICA 22. NORMATIVA

- 1.Normativa del Comercio Electrónico en España

UNIDAD DIDÁCTICA 23. ¿CÓMO OBTENER LA FIRMA ELECTRÓNICA?

- 1.Criptografía
- 2.Procedimiento de obtención de la Firma Electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GESTIÓN DE RIESGO

- 1.Introducción a la Gestión de Riesgo

UNIDAD DIDÁCTICA 25. DONDE UTILIZAR LA FIRMA DIGITAL

- 1.Organismos oficiales nacionales, autonómicos, locales
- 2.Transacciones comerciales y financieras

UNIDAD DIDÁCTICA 26. SISTEMAS DE SEGURIDAD EN LA EMPRESA

- 1.Seguridad En La Empresa