

Máster en Comunicación Corporativa + 60 Créditos ECTS





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Sobre Euroinnova

2 | Alianza

3 | Rankings

4 | Alianzas y acreditaciones

5 | By EDUCA
EDTECH
Group

6 | Metodología

7 | Razones por las que elegir Euroinnova

8 | Financiación y Becas

9 | Metodos de pago

10 | Programa Formativo

11 | Temario

12 | Contacto



SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de
19
años de
experiencia

Más de
300k
estudiantes
formados

Hasta un
98%
tasa
empleabilidad

Hasta un
100%
de financiación

Hasta un
50%
de los estudiantes
repite

Hasta un
25%
de estudiantes
internacionales





Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova

ALIANZA EUROINNOVA Y UNIVERSIDAD DE NEBRIJA

Euroinnova International Online Education y la Universidad de Nebrija consolidan de forma exitosa una colaboración estratégica. De esta manera, la colaboración entre Euroinnova y la Universidad de Nebrija impulsa un enfoque colaborativo, innovador y accesible para el aprendizaje, adaptado a las necesidades individuales de los estudiantes.

Las dos instituciones priorizan una formación práctica y flexible, adaptada a las demandas del mundo laboral actual, y que promueva el desarrollo personal y profesional de cada estudiante. El propósito es asimilar nuevos conocimientos de manera dinámica y didáctica, lo que facilita su retención y contribuye a adquirir las habilidades necesarias para adaptarse a una sociedad en constante y rápida transformación.

Euroinnova y la Universidad de Nebrija se han fijado como objetivo principal la democratización de la educación, buscando llevarla incluso a las áreas más alejadas y aprovechando las últimas innovaciones tecnológicas. Además, cuentan con un equipo de docentes altamente especializados y plataformas de aprendizaje que incorporan tecnología educativa de vanguardia, asegurando así un seguimiento tutorizado a lo largo de todo el proceso educativo.



RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



BY EDUCA EDTECH

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



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

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

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



1. Flexibilidad

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



2. Accesibilidad

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



3. Personalización

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



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

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



5. Innovación

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



6. Excelencia educativa

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



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante



4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
**FAMILIA
NUMEROSA**

20% Beca
**DIVERSIDAD
FUNCIONAL**

20% Beca
**PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS**



MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



Máster en Comunicación Corporativa + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
60 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación Universitaria en Máster de Formación Permanente en Comunicación Corporativa expedida por la UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA con 60 Créditos Universitarios ECTS
- Titulación de Máster de Formación Permanente en Comunicación Corporativa con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings





Descripción

El máster en Comunicación Corporativa aporta los conocimientos necesarios para desarrollar una gestión de marca adecuada para cualquier tipo de empresa, independientemente del sector al que pertenezcan. Aprende la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa y las claves para una adecuada comunicación empresarial. De esta forma, sembrarás las bases de una empresa gestionada correctamente desde cero, enfocado tanto a tus clientes como a los empleados. También obtendrás nociones sobre Social Media Strategy, gracias a las cuales podrás mejorar tu presencia online y optimizar las comunicaciones en estos medios.

Objetivos

Este Máster Comunicación Corporativa Online facilitará el alcance de los siguientes objetivos establecidos: - Conocer la importancia del branding y la gestión de marca - Aprender a realizar un Plan de Medios de Comunicación - Mejorar y gestionar la Comunicación Empresarial - Aprender a realizar comunicaciones en los medios - Desarrollar habilidades sociales de comunicación y resolución de conflictos en el centro de trabajo - Conocer las diferentes técnicas de marketing online

Para qué te prepara

El Máster en Comunicación Corporativa va dirigido a cualquier persona que desee mejorar la imagen de marca y optimizar la gestión de su empresa desde el cliente final hasta los trabajadores de esta, basando su estrategia en buenas prácticas y responsabilidad, sin importar el sector al que se dedique.

A quién va dirigido

El Máster de Comunicación Corporativa te prepara para la gestión de marca de la empresa, siendo capaz de mejorarlo y optimizarlo de cara tanto a la compañía como al cliente final. Las habilidades que se adquieren en este Máster son óptimas para desarrollar el conocimiento de cara al branding y a la Responsabilidad Social Corporativa de la empresa.

Salidas laborales

Con este Máster Comunicación Corporativa Online, ampliarás tu formación en el ámbito empresarial. Asimismo, te permitirá desarrollar tu carrera profesional en el área de la comunicación corporativa, jefe de prensa o asesor de comunicación, o en cualquier trabajo relacionado con el branding.



TEMARIO

MÓDULO 1. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS DE CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Brand Equity o el valor de marca
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 cómo 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
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 como motivo de compra
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING EXPERIENCIAL

1. El Marketing experiencial según Schmitt
2. Las fases de la experiencia
3. Las 7 íes del Marketing Experiencial
4. El storytelling y el Storylistening
5. Desarrollar una estrategia de Marketing Experiencial
6. Customer Experience y Smart Engagement

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING SENSORIAL

1. Del comprador sensorial al cliente recurrente
2. El cliente como prescriptor
3. El circuito de la dopamina

4. Efectos del marketing ante estímulos psicológicos
5. Proceso de cambio de los hábitos de consumo
6. Generación de ventas recurrentes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARKETING RELACIONAL

1. Conceptualización del marketing relacional
2. Fidelización del cliente
3. Herramientas de análisis en los programas de fidelización
4. Métricas en marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DESIGN THINKING

1. Introducción al Design Thinking
2. El proceso en Design Thinking
3. Metodología en Design Thinking

MÓDULO 2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA "RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA"

1. Objetivos generales de la acción formativa
2. Introducción a la responsabilidad social corporativa
3. Antecedentes
4. Áreas básicas de la RSE
5. Definir los objetivos estratégicos de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁMBITOS DE LA "RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA"

1. Ámbitos de la RSE
2. El impacto medioambiental
3. Introducción a la calidad
4. La seguridad laboral y la RSE
5. Las relaciones laborales y la RSE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MECANISMOS DE LA "RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA"

1. Referencias internacionales
2. PYMES y RSE
3. El foro de expertos en RSE

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INICIATIVAS EN "RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA"

1. Iniciativas
2. Normativas
3. Global Reporting Initiative

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA GESTIÓN DE LA "RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA".

1. Conceptos básicos

2. Fases de gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PLAN DE “RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA”

1. El plan RSE
2. La comunicación en la empresa: Tipos
3. La definición de los indicadores
4. La verificación del sistema

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FOROS DE PARTICIPACIÓN Y REPRESENTACIÓN

1. Los grupos de interés
2. El papel de los sindicatos en la RSC
3. El papel de las ONGs

MÓDULO 3. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor
2. Diferenciación de conceptos clave:
3. Regulación publicitaria en Internet
4. Códigos deontológicos en el sector

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS

1. Plan de medios:
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación:
3. Modelos de planes de medios:
4. Criterios de elección de medios y soportes:
5. Formas específicas de publicidad en Internet:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Calendario de inserciones publicitarias:
2. Presupuesto del plan de medios:
3. Ejecución del plan de medios
4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias
5. Cursaje de emisión:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Conceptos clave para la medición de audiencia:
2. Indicadores de medición de audiencias e impacto:
3. Fuentes de medición de audiencias e impacto
4. Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL DE EMISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Técnicas y herramientas de control de emisión

2. Control de contenidos pagados y no pagados
3. Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa:
4. Control del plan de medios en Internet

MÓDULO 4. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

1. Glosario básico
2. El sesgo cultural en el protocolo
3. Protocolo y sector privado
4. Necesidad de un protocolo empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EN LAS EMPRESAS

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI)
2. La formación comunicacional de los directivos
3. Cómo se planifica un acto público

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRATAMIENTOS, PRESENTACIONES, SALUDOS, VISITAS, PUNTUALIDAD Y VESTIMENTA.

1. El concepto de cortesía
2. Recibimiento de visitas en un despacho

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INVITACIONES, PRECEDENCIAS Y PRESIDENCIAS

1. Las invitaciones
2. La precedencia
3. Las presidencias
4. El invitado de honor y la cesión de la presidencia
5. Acomodación de los invitados
6. Los banquetes
7. Formas en la mesa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO INSTITUCIONAL

1. Elementos del Estado
2. Las Comunidades Autónomas
3. Títulos nobiliarios
4. Los tratamientos honoríficos
5. Condecoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA

1. Necesidad del protocolo en la empresa
2. Seleccionar y colocar invitados en los actos
3. Las reuniones de negocios
4. Agasajos en los negocios
5. Exhibiciones comerciales

6. Inauguración de empresa
7. Visita a empresa
8. Entrega de distinciones empresariales
9. Viaje de negocios
10. Negociación con delegaciones

MÓDULO 5. PRESENTACIÓN DE COMUNICACIONES EN LOS MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMUNICACIÓN ORAL A TRAVÉS DE LOS MEDIOS

1. La radio.
2. La televisión.
3. El debate.
4. La entrevista.
5. Preparación de presentaciones orales en distintos medios.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN ESCRITA

1. Características de la comunicación escrita.
2. La comunicación escrita eficaz.
3. Formatos de comunicación escrita.
4. Otros instrumentos de comunicación escrita.
5. Preparación de discursos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LÍDERAZGO EN LA COMUNICACIÓN

1. Los siete principios del liderazgo.
2. Distintas formas de comunicación del líder.
3. Habilidades de comunicación del líder de la organización.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL

1. La comunicación en la empresa del siglo XXI.
2. Importancia de la comunicación en la empresa.
3. Efectos de una negativa comunicación.
4. Causas de una deficiente comunicación.
5. Para qué comunicar.
6. Tipos de comunicación en la empresa.
7. Era digital y comunicación.

MÓDULO 6. HABILIDADES SOCIALES DE COMUNICACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL CENTRO DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN.

1. Fundamentos de la comunicación.
2. Niveles de comunicación.
3. Mitos, errores y barreras en la comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES SOCIALES Y ASERTIVIDAD.



1. Fundamentos de las habilidades sociales.
2. Habilidades para una interacción satisfactoria: cognitivas y conductuales.
3. La asertividad.
4. El entrenamiento asertivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OBTENCIÓN Y TRANSMISIÓN DE LA INFORMACIÓN.

1. Obtención de información: ámbito urgente. Ámbito no urgente.
2. Transmisión de información.
3. La información telefónica.
4. El trabajo en grupo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS.

1. Análisis de problemas y toma de decisiones.
2. Recursos intelectuales para la resolución de conflictos.
3. Recursos emocionales para la resolución de conflictos.

MÓDULO 7 SOCIAL MEDIA STRATEGY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA

1. Definición de la Web 2.0
2. Tipos de redes sociales
3. Importancia actual del social media
4. El prosumer
5. Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, TWITTER Y LINKEDIN

1. Red social generalista: Facebook
2. 2.Microblogging: Twitter
3. 3.La red social de los profesionales y reclutamiento:LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST

1. El poder del vídeo: Youtube
2. Imagen y branding: Instagram
3. Red de nicho: Pinterest

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN

1. Elección de canales
2. Planificación de la estrategia
3. El contenido es el rey
4. Social Media Engagement
5. ORM: Online Reputation Management

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Social Listening
2. Uso de chatbots en Facebook Messenger
3. Instagram Direct y gestión de comentarios
4. Twitter como canal de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS

1. Definición y funciones del blog
2. Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
3. Configuración inicial de Wordpress
4. Páginas de WordPress
5. Diseño del blog
6. Publicación de contenidos
7. Gestión de comentarios
8. Plugins para optimizar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO

1. Herramientas básicas
2. Herramientas de gestión
3. Herramientas de multiposting
4. Herramientas de gestión integral
5. Herramientas de monitorización integral

UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA

1. Facebook Insights
2. Estadísticas de Instagram
3. Twitter Analytics
4. Analítica en LinkedIn
5. Youtube Analytics

MÓDULO 8. 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 analytics.
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.

MÓDULO 9. PROYECTO FIN DE MÁSTER





EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group