

Máster en Comercio Electrónico y Turismo



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

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

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH 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. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School 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.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Comercio Electrónico y Turismo



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Comercio Electrónico y Turismo 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



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER

Con Examen Consultivo, Categoría Especial del Consejo Examinador y Social de la UNED (2016). Procedimiento 0002.



Descripción

El Máster en Comercio Electrónico y Turismo te ofrece una oportunidad única para adentrarte en dos sectores en constante crecimiento y con alta demanda laboral. Con el auge del comercio electrónico y la digitalización del turismo, adquirir habilidades en estas áreas se ha vuelto indispensable. Este programa te dotará de competencias clave como el diseño de plataformas de e-commerce, SEO,

analítica web y estrategias de inbound marketing, esenciales para destacar en el mercado actual. Además, el enfoque en gestores de contenido como WordPress y PrestaShop te permitirá crear y gestionar tiendas virtuales efectivas. La formación en marketing digital y revenue management te preparará para optimizar recursos y maximizar ingresos en empresas turísticas. Este máster online se adapta a tus necesidades, permitiéndote aprender desde cualquier lugar y a tu ritmo, sin comprometer la calidad educativa. Atrévete a liderar la transformación digital con este máster.

Objetivos

'- Desarrollar estrategias efectivas de e-commerce basadas en plataformas líderes del mercado. - Diseñar sitios web optimizados para SEO utilizando una arquitectura adecuada y usabilidad avanzada. - Implementar técnicas avanzadas de linkbuilding para mejorar el posicionamiento web. - Analizar datos cuantitativos y cualitativos para optimizar la estrategia digital de una empresa. - Crear campañas de inbound marketing que atraigan, conviertan y deleiten a los clientes. - Diseñar campañas de publicidad SEM efectivas para búsquedas y móviles. - Elaborar un plan de negocio sólido para una empresa de turismo, considerando viabilidad y rentabilidad.

Para qué te prepara

El Máster en Comercio Electrónico y Turismo está dirigido a profesionales y titulados del sector turístico y comercial que desean profundizar en áreas como e-commerce, SEO, analítica web y marketing digital. Ideal para quienes buscan potenciar habilidades estratégicas, optimizar plataformas digitales y aplicar técnicas avanzadas en la creación y gestión de empresas turísticas.

A quién va dirigido

Este máster te capacita para liderar estrategias de comercio electrónico en el sector turístico. Aprenderás a utilizar plataformas y pasarelas de pago, optimizar SEO y gestionar la analítica web para mejorar la visibilidad online. Desarrollarás habilidades en Inbound Marketing y SEM, y adquirirás conocimientos para crear y gestionar empresas, empleando CMS como Wordpress y Prestashop. Además, te prepararás para aplicar técnicas de Revenue Management y marketing digital, maximizando el potencial de negocios turísticos.

Salidas laborales

'- Gerente de comercio electrónico - Especialista en SEO y SEM - Consultor de marketing digital para turismo - Analista de datos y Big Data - Gestor de contenido en CMS - Responsable de revenue management - Emprendedor en el sector turístico - Desarrollador de tiendas virtuales - Experto en

inbound marketing - Consultor en plataformas de pago y marco legal

TEMARIO

MÓDULO 1. E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. PRINCIPALES PLATAFORMAS

1. Principales plataformas
2. Gestión estratégica
3. Plataformas del código abierto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO

1. Introducción al Diseño Web
2. Accesibilidad
3. Usabilidad
4. Responsive Design
5. Home
6. Categorías
7. Fichas de Producto
8. Carrito de la compra y checkout
9. Principales herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PASARELAS DE PAGO

1. Confianza, privacidad y seguridad
2. Principales formas de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO LEGAL

1. Ley de Ordenación del Comercio Minorista
2. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
3. Reglamento General de Protección de Datos
4. Ley de Consumidores
5. SmartContracts

MÓDULO 2. SEO ON PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. KEYWORD RESEARCH

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 2. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB

1. Estructura de una web
2. Optimización de Etiquetas Meta: Screaming Frog SEO Spider
3. Enlazado interno
4. Sitemap.xml
5. Archivo Robot.txt
6. Optimización multimedia
7. Accelerated Mobile Pages- AMP
8. Google Search Console
9. SEO en HTML, CSS y Java Script
10. Extensiones para Chrome
11. Migraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LOS METADATOS- SCREAMING FROG

1. Etiquetas meta name
2. Etiqueta meta description
3. Etiqueta meta Keyword
4. Etiqueta meta Robots
5. Etiqueta meta viewport
6. Etiqueta meta nosnippet
7. etiqueta meta http-equiv
8. Etiqueta Title

UNIDAD DIDÁCTICA 4. USABILIDAD Y EXPERIENCIA DE USUARIO- UX

1. Introducción
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI's
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX
7. Orientaciones de diseño web y dispositivos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. AUDITORIA ON PAGE

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

MÓDULO 3. SEO OFF PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO

1. Backlinks y linkjuice
2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Nofollow vs. dofollow
4. Análisis de enlaces: SEMrush, Ahrefs y Screaming Frog

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LINKBUILDING

1. Características fundamentales de Linkbuilding
2. Tipos de enlaces
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding orgánico
5. Linkbuilding con Ahrefs
6. Autorización y desautorización de enlaces con Search Console

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKBAITING

1. Introducción al linkbaiting
2. Directorios
3. Blog, foros y redes sociales
4. Storytelling
5. Marketing viral

MÓDULO 4. SEO ESPECIALIZADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESCENARIOS SEO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A WORDPRESS

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. SEO PARA WORDPRESS

1. Instalación y configuración inicial
2. Los títulos y las metaetiquetas
3. Estrategia social
4. Sitemaps
5. Permalinks
6. Las rutas de exploración
7. Modificación de RSS
8. Bulk Editor de títulos y descripciones
9. Editor de archivos
10. Aplicación SEO en posts y páginas

MÓDULO 5. ANALÍTICA WEB Y BIG DATA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?

1. Introducción
2. La Analítica Web: Un reto cultural
3. ¿Qué puede hacer la analítica web por ti o tu empresa?
4. Glosario de Analítica Web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA WEB BÁSICA: INTRODUCCIÓN

1. La analítica web en la actualidad
2. Definiendo la analítica web
3. El salto a la analítica web moderna

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUANTITATIVA

1. Identificar los factores críticos
2. Otros factores que conviene medir
3. Las macro y microconversiones
4. Medir el valor económico
5. Sitios sin comercio: valores a medir
6. Medición de sitios BB

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUALITATIVA

1. Introducción
2. La usabilidad Web
3. Pruebas Online y a Distancia
4. Las encuestas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN DE KPIS

1. Definición de KPIs
2. KPI, CSF y metas

3. Principales KPIS
4. Ejemplos de KPIS
5. Supuesto práctico: Cálculo de KPI con Excel

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CI: INTELIGENCIA COMPETITIVA

1. Introducción
2. Recopilar datos de Inteligencia Competitiva
3. Análisis del tráfico de sitios web
4. Búsquedas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANALÍTICA WEB 2.0. MÓVILES Y VÍDEOS

1. Introducción
2. La nueva web social y como medir datos
3. Las aplicaciones
4. Analizar el comportamiento desde el móvil
5. Analizar el rendimiento de los vídeos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB 2.0. REDES SOCIALES

1. Análisis de Blogs
2. Coste y beneficios de escribir en un blog
3. Nuestro impacto en Twitter
4. Métricas para Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROBLEMAS Y SOLUCIONES DE LA ANALÍTICA WEB

1. La calidad de los datos
2. Obtener datos válidos
3. ¿En qué basarnos para la toma de decisiones?
4. Beneficios de análisis multicanal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MÁS ALLÁ DE LOS DATOS

1. Segmentación en base al comportamiento
2. Predicción y minería de datos
3. Rumbo a la analítica inteligente

UNIDAD DIDÁCTICA 11. DEL BIG DATA AL LINKED OPEN DATA

1. Concepto de web semántica
2. Linked Data Vs Big Data
3. Lenguaje de consulta SPARQL

MÓDULO 6. ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?

2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online
6. Importancia del funnel o embudo de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASE DE ATRACCIÓN

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE CONVERSIÓN

1. Introducción
2. Formularios
3. Call to action
4. Landing Pages
5. Pruebas A/B
6. Optimización de la tasa de conversión (CRO)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE

1. Introducción
2. Encuestas
3. Contenido inteligente
4. Monitorización Social

MÓDULO 7. SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. Ventajas de la publicidad online
2. ¿Qué es Google Ads?
3. Fundamentos de Google Ads
4. Crear una cuenta en Google Ads
5. Campañas, grupos de anuncios y palabras clave
6. Planificador de palabras clave
7. Adwords Editor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PUBLICIDAD EN BÚSQUEDAS

1. Funcionamiento
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Pujas y presupuestos
5. Administración, medición y supervisión de campañas
6. Optimización

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLICIDAD EN DISPLAY

1. Introducción
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Audiencias, segmentación y remarketing
5. Medición y optimización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUBLICIDAD PARA MÓVILES

1. Ventajas de la publicidad mobile
2. Pujas y segmentación
3. Anuncios
4. Medición

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD EN SHOPPING

1. Google Merchant Center
2. Campañas de shopping

MÓDULO 8. CREACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1. Evaluación del potencial emprendedor
2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa
3. Empoderamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE EMPRESA

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
3. Análisis del entorno de la empresa
4. Análisis de decisiones previas
5. Plan de acción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EMPRESAS

1. Planificación y marketing
2. Determinación de la cartera de productos
3. Gestión estratégica de precios
4. Canales de comercialización
5. Comunicación e imagen de negocio

6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EMPRESAS

1. Características y funciones de los presupuestos
2. El presupuesto financiero
3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales
6. Memoria
7. Ejercicio Resuelto. Cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio Neto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN UNA EMPRESA

1. Componentes básicos de una empresa: Recursos Materiales y Humanos
2. Sistemas: planificación, organización, información y control
3. Recursos económicos propios y ajenos
4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa
5. La estructura organizativa de la empresa
6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa
7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
8. Control de gestión de la empresa
9. Identificación de áreas críticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O EMPRESA

1. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
2. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa
3. Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR
4. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero
5. Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE UNA EMPRESA

1. Clasificación de las empresas
2. Tipos de sociedades mercantiles más comunes en empresas
3. La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social
4. La elección de la forma jurídica de la empresa
5. Ejercicio Resuelto: Obligaciones contables y fiscales de las Empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio
2. Previsión y planificación económica
3. La búsqueda de financiación
4. Presentación del plan de negocio y sus fases
5. Instrumentos de edición y presentación de la información
6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros

7. Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UNA EMPRESA

1. Trámites de constitución según la forma jurídica
2. La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores
3. Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas
4. Los registros de propiedad y sus funciones
5. Los seguros de responsabilidad civil en empresas
6. Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE

MÓDULO 9. GESTORES DE CONTENIDO CMS: WORDPRESS Y PRESTASHOP

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. Gestores de Contenido

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS BÁSICOS DE WORDPRESS

1. Definición y conceptos de un blog
2. Definición y utilización de Wordpress
3. WordPresscom y WordPressorg: Similitudes y diferencias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. UTILIZACIÓN DE WORDPRESS.COM

1. Primeros pasos
2. Estructura de WordPresscom
3. Creación de contenidos
4. Subida de medios audiovisuales a un post
5. Utilización de enlaces
6. Diseño, elaboración y estructura
7. Configuración de ajustes y usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLATAFORMA WORDPRESS.ORG

1. Instalación de WordPressorg
2. Servidor de WordPressorg
3. Creación de espacios web
4. Creación y diseño de bases de datos
5. Descarga y utilización de WordPressorg
6. Configuración del servidor FTP
7. Instalación de WordPressorg

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONFIGURACIÓN DE WORDPRESS.ORG

1. Ajustes de configuración general
2. Ajustes de configuración de escritura
3. Ajustes de configuración de lectura
4. Ajustes de configuración de contenidos

5. Ajustes de configuración multimedia
6. Ajustes de configuración de privacidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN Y AGREGACIÓN DE CONTENIDOS I

1. Agregación de entradas I
2. Agregación de entradas II
3. Utilización de multimedia en la entrada I
4. Utilización de multimedia en la entrada II
5. Configuración del menú multimedia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CREACIÓN Y AGREGACIÓN DE CONTENIDOS II

1. Clasificación del contenido en categorías
2. Utilización de etiquetas
3. Utilización de enlaces
4. Utilización de comentarios
5. Configuración de páginas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FUNCIONES AVANZADAS

1. Revisión del contenido y utilización de papeleras
2. Herramientas avanzadas I
3. Herramientas avanzadas II
4. Tipos de usuarios
5. Configuración de los perfiles de usuario
6. Creación de avatares

UNIDAD DIDÁCTICA 9. UTILIZACIÓN DE PLANTILLAS

1. Instalación y utilización de Temas I
2. Instalación y utilización de Temas II
3. Utilización de los menús
4. Configuración del fondo y las cabeceras
5. Definición y aplicación de los widgets
6. Edición y estructura de plantillas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. UTILIZACIÓN DE PLUGINS

1. Introducción a los plugins
2. Instalación
3. Tipos de plugins
4. Conceptos básicos sobre el plugin sociable
5. Introducción al plugin Flash Gallery

UNIDAD DIDÁCTICA 11. OPTIMIZACIÓN DE WORDPRESS

1. Conceptos básicos
2. Selección de una URL y un título para el blog
3. Elaboración y navegación del mapa Web

4. Control de contenidos duplicados
5. Optimización de recursos gráficos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL CON PRESTASHOP.

1. Introducción a la tienda virtual
2. Tipo de nombres de dominio Como elegir un nombre
3. Tipos de Hosting Web Como elegir un Hosting
4. Contratación de Dominios y Hosting web
5. Instalación de Prestashop
6. Personalización del aspecto de Prestashop mediante plantillas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL I

1. Introducción al comercio virtual
2. Configuración General
3. Categorías / Productos
4. Módulos de pago
5. Módulos de envío
6. Clientes y Pedidos
7. Configuración de los usuarios
8. Copias de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL II

1. Atributos de productos
2. Grupo de precios
3. Impuestos IVA
4. Idiomas y traducciones
5. Monedas
6. Operaciones con módulos
7. Importar datos de productos
8. Actualización de la versión

UNIDAD DIDÁCTICA 15. CÓMO CONSEGUIR MÁS CLIENTES

1. Exponer adecuadamente los productos en la tienda virtual
2. Posicionamiento en Google y optimización SEO
3. Pago por clic Google Adword
4. Promoción en redes sociales
5. Analizar la rentabilidad de las acciones de marketing

MÓDULO 10. MARKETING EN EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado turístico
3. Política de mercado
4. El producto turístico

5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de marketing
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
5. El plan de promoción de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING Y VENTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico
3. Distribución del producto turístico
4. Imagen y publicidad
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1. Introducción
2. Formas del marketing online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs Marketing tradicional
2. Investigación comercial en marketing digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Marketing estratégico en Internet

MÓDULO 11. REVENUE MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores

6. Amenaza de entrada de nuevos competidores
7. Amenaza de productos sustitutivos
8. Poder de negociación de los clientes
9. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

1. El concepto de revenue management
2. El revenue manager en el organigrama de la empresa
3. Los ratios
4. Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

1. Planteamiento estratégico
2. Análisis y gestión del valor de los clientes
3. El calendario de demanda
4. Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

1. Medición de la eficacia del revenue management
2. Gestión de costes y precio
3. Criterios de distribución de costes
4. El pricing: fijación estratégica de precios
5. Aplicaciones informáticas del Revenue Management
6. Medición de la eficacia del revenue management
7. Gestión de costes y precio
8. Criterios de distribución de costes
9. El pricing: fijación estratégica de precios
10. Aplicaciones informáticas del Revenue Management

