

Máster en Marketing Digital Avanzado y e-Commerce + Titulación universitaria



# 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 Marketing Digital Avanzado y e-Commerce + Titulación universitaria



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
5 ECTS

### Titulación

---

Titulación Múltiple: - Titulación de Máster en Marketing Digital Avanzado y e-Commerce 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 Universitaria en Redes Sociales con 5 Créditos Universitarios ECTS.



**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 XXXXXXXXX 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/XXXXXXX/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 el aval de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)

## Descripción

En el dinámico entorno actual, el marketing digital y el e-commerce se han posicionado como pilares esenciales para el éxito de cualquier negocio. El Máster en Marketing Digital Avanzado y e-Commerce te ofrece la oportunidad de dominar las herramientas más avanzadas en marketing online, posicionamiento web y redes sociales. Este programa está diseñado para que adquieras habilidades en SEO, SEM, marketing de contenidos y gestión de campañas publicitarias con Google Ads, entre otros. Con una creciente demanda laboral en el sector, este máster te prepara para liderar estrategias digitales efectivas y adaptarte a las nuevas tendencias del mercado. Su formato online te permite aprender desde cualquier lugar, combinando flexibilidad con un contenido exhaustivo y actualizado. Conviértete en un experto y lleva tu carrera al siguiente nivel en el apasionante mundo del marketing digital.

## Objetivos

- Optimizar campañas SEM para maximizar el retorno de inversión en plataformas digitales.
- Diseñar estrategias de Inbound Marketing para atraer y fidelizar clientes potenciales.
- Implementar técnicas de SEO para mejorar el posicionamiento orgánico en buscadores.
- Integrar herramientas de keyword hunting para mejorar estrategias de SEO y SEM.
- Desarrollar contenido efectivo aplicando técnicas avanzadas de copywriting.
- Gestionar la atención al cliente en redes sociales para mejorar la experiencia del usuario.
- Analizar métricas de e-commerce para optimizar el proceso de compra y conversión.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Marketing Digital Avanzado y e-Commerce está dirigido a profesionales del sector del marketing y titulados que buscan profundizar en áreas clave como el SEM, SEO, marketing de contenidos, redes sociales y comercio electrónico. Ideal para quienes desean actualizar sus habilidades en gestión de campañas online, social media, y diseño gráfico publicitario, aplicando técnicas avanzadas en un entorno digital dinámico.

## A quién va dirigido

---

El Máster en Marketing Digital Avanzado y e-Commerce te prepara para enfrentar los desafíos del marketing digital actual y el comercio electrónico. Aprenderás a diseñar estrategias efectivas de social media, optimizar campañas SEM y SEO, y gestionar plataformas de e-commerce. Desarrollarás habilidades en copywriting, email marketing y atención al cliente digital. Además, serás capaz de utilizar herramientas avanzadas para la comercialización en la red y el diseño gráfico publicitario, convirtiéndote en un experto en campañas de publicidad online.

## Salidas laborales

---

- Especialista en SEO y SEM para optimizar el posicionamiento web - Community Manager para gestionar redes sociales y atención al cliente - Estratega de Inbound y Email Marketing para campañas efectivas - Consultor de e-Commerce para mejorar ventas online y logística - Diseñador de campañas publicitarias con Google Ads - Experto en Marketing de Contenidos y Copywriting

## TEMARIO

---

### PARTE 1. MARKETING DIGITAL

#### 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. 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
9. UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO
10. Importancia del SEO
11. Funcionamiento de los buscadores
12. Google: algoritmos y actualizaciones
13. Cómo salir de una penalización en Google
14. Estrategia SEO

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

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 5. INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online
6. UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM
7. Introducción

8. Marketing relacional
9. Experiencia del usuario
10. Herramientas de Social CRM

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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

### PARTE 2. 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

### PARTE 3. REDES SOCIALES

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Concepto y evolución del Social Media
2. Tipos de redes sociales
3. La importancia actual del social media
4. Prosumer

5. Contenido de valor
6. Marketing viral
7. La figura del Community Manager
8. Social Media Plan
9. Reputación Online

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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
10. Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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
9. Actualizaciones de Instagram
10. Funcionalidades de la versión de pago

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

1. Introducción a X Corp
2. Elementos básicos de X Corp
3. X Corp para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de X Corp
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. X Corp. Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Funcionalidades de la versión premium

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Introducción a LinkedIn

2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. GESTIÓN DE TWITCH

1. Introducción a Twitch
2. El éxito de Twitch
3. Generar suscriptores en Twitch
4. Contenidos y recomendaciones
5. Twitch e influencers
6. Streamlabs
7. Publicidad en Twitch
8. Seguimiento y medición de resultados

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1. ¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2. Creación de contenido en TikTok
3. Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
4. El papel del marketing en Tiktok
5. Tiktok e influencers
6. Tiktok Ads

#### 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
9. Pixel de Facebook
10. Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en X Corp
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. X Corp. Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

#### 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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

1. Introducción a TikTok Ads Manager
2. Creación de una campaña de publicidad en TikTok
3. Tipos de contenidos y herramientas clave
4. Seguimiento y monitorización de los resultados

#### 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. PRESENTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED. MARKETING ELECTRÓNICO

### MÓDULO 1. PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO

1. Tipos de Marketing
2. Proceso de implantación del Marketing
3. El mercado

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN

1. Comunicación de Internet Herramientas
2. Herramientas de Marketing Mix

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DESDE UNA PÁGINA WEB

1. Página Web como marketing

### MÓDULO 2. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

1. ¿Qué es Comercio Electrónico?
2. Usos del comercio electrónico
3. Usuarios del comercio electrónico
4. Categorías del comercio electrónico

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMERCIO ELECTRÓNICO VENTAJAS E INCONVENIENTES

1. El comercio electrónico y sus ventajas
2. Inconvenientes del comercio electrónico

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ACTIVIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. ¿Qué es la actividad del comercio?

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA EN INTERNET

1. La distribución logística

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMERCIO ELECTRÓNICO LEGISLACIÓN

1. Ley de protección de datos
2. Normativas diversas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Seguridad en Internet
2. Antivirus
3. Uso de las Firmas digitales
4. Uso del certificado digital
5. Protocolos de Seguridad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. PAGO SEGURO MEDIANTE INTERNET

1. Modalidades de Pago Utilizada

#### ANEXO 1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

1. Introducción
2. Evolución general
3. El comercio electrónico en España segmentado geográficamente según el origen y el destino de las transacciones

#### ANEXO 2. MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Clasificación de los modelos de negocio en el comercio electrónico
3. Conclusión

#### PARTE 6. EXPERTO EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO.

##### MODULO 1. ADOBE ILLUSTRATOR CC

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

1. Novedades del programa
2. ¿Qué es un gráfico vectorial?
3. ¿Qué es un mapa de bits?

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁREA DE TRABAJO

1. La interfaz y área de trabajo
2. Abrir, colocar, exportar y guardar un archivo
3. Paneles y espacios de trabajo
4. Desplazarse por el documento
5. Modos de pantalla, reglas, guías y cuadrícula
6. Las mesas de trabajo
7. Barra de tareas contextual
8. Ejercicios

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. SELECCIONAR Y ORGANIZAR OBJETOS

1. Herramientas de selección I
2. Herramientas de selección II
3. Trabajar con selecciones
4. Agrupar objetos y modos de aislamiento
5. Alinear y distribuir objetos
6. Ejercicios

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. CREAR FORMAS BÁSICAS

1. Crear formas básicas
2. Herramienta lápiz y shaper
3. Dibujar líneas, arcos, espirales y cuadrículas
4. Contorno y relleno
5. Herramienta borrador y suavizar
6. Ejercicios

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. COLOR Y ATRIBUTOS DE RELLENO

1. Modos de color
2. Aplicar color desde el panel muestras
3. Cambiar trazo
4. Pintura interactiva
5. Panel personalizado y panel Muestras
6. Copiar atributos
7. Degradados y transparencias
8. Motivos
9. Volver a colorear la ilustración
10. Ejercicios

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. TRAZADOS Y CURVAS BÉZIER

1. Nociones sobre trazados
2. Herramienta pluma
3. Trabajar con trazados I
4. Trabajar con trazados II
5. Herramientas de manipulación vectorial

6. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS CAPAS

1. Acerca de las capas
2. El panel capas
3. Trabajar con capas I
4. Trabajar con capas II
5. Máscaras de recorte
6. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TEXTO

1. Textos
2. Importar textos y crear columnas
3. Enlazar texto y el área de texto
4. Texto objetos y formatear texto
5. Propiedades de párrafo y estilos
6. Rasterizar y exportar texto
7. Atributos de Apariencia
8. Ortografía y envolventes
9. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FILTROS, ESTILOS Y SÍMBOLOS

1. Aplicar y editar efectos
2. Rasterización y efecto de sombra
3. Objetos en tres dimensiones
4. Mapeado
5. Referencia rápida de efectos
6. Estilos gráficos
7. Pinceles
8. Pincel de manchas
9. Símbolos
10. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TRANSFORMAR OBJETOS

1. Escalar objetos
2. Rotar y distorsionar objetos
3. Colocar y reflejar objetos
4. Envolventes
5. Combinar objetos
6. Fusión de objetos
7. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GRÁFICOS WEB Y OTROS FORMATOS

1. Optimizar imágenes
2. Preparación de SVG para web

3. Exportación de recursos
4. Exportar e importar imágenes
5. Crear PDF
6. Automatizar tareas
7. Calcar mapa de bits
8. Ejercicios

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. IMPRESIÓN

1. Impresión: panorama general
2. Acerca del color
3. Información de documento
4. Opciones generales de impresión I
5. Opciones generales de impresión II
6. Archivos PostScript y degradados
7. Ejercicios

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. OTRAS HERRAMIENTAS

1. Degradados en trazos
2. Creación de patrones
3. Cuadrícula de perspectiva
4. Gráficas
5. Herramienta rociar símbolos
6. Ejercicios

#### UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA ARTIFICIAL CON ADOBE ILLUSTRATOR

1. IA Generativa: de texto a gráfico vectorial
2. Tipografía Inteligente y Retype
3. Color y armonía con IA
4. Herramientas de productividad avanzada
5. Colaboración y nube
6. Ejercicios

#### MODULO 2. DREAMWEAVER CC

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESENTACIÓN DE LOS CONTENIDOS

1. Objetivo del curso: Dreamweaver es uno de los programas más potentes para la creación de páginas Web.
2. Dirigido a: Diseñadores gráficos o Web que desean aprender a crear páginas Web

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS BÁSICOS Y NOVEDADES ACERCA DE DREAMWEAVER CC

1. ¿Que es un dominio de un sitio Web?
2. ¿Qué es un servidor Web? Clases de Alojamiento Web: Alojamiento Web gratis, Alojamiento compartido, Housing o colocation
3. Resolución de pantalla y sus diferentes tamaños: Absoluto y relativo
4. Lenguaje HTML: el lenguaje con el que se escriben las páginas Web

5. Diferentes tipografías y colores en la Web
6. Prácticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. SITIOS Y DOCUMENTOS WEB

1. Sitios en Dreamweaver, Presenta los pasos a seguir para crear y configurar un sitio Web en el programa Macromedia Dreamweaver. Explica las diferencias entre el sitio local y sitio remoto, cómo organizarlos para albergar el contenido creado y las distintas formas de ver los archivos en el sitio local
2. Configurar un sitio Web
3. Administrar y editar sitios Web
4. Crear y abrir documentos: Creación de una página en blanco, Creación de una plantilla en blanco, Creación de una página basada en un archivo de muestra de Dreamweaver CC, Cómo abrir y editar documentos existentes
5. Espacio de trabajo de Dreamweaver CC
6. Vistas del documento: Código, Código dividida, Diseño, en vivo
7. Propiedades de la página: CSS, HTML
8. Prácticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EDICIÓN Y CREACIÓN DE TEXTO

1. Insertar Texto: Se indica cómo introducir texto en las páginas Web a través del programa Macromedia Dreamweaver CC. Se estudia el formato del texto (fuente, tamaño, color, alineación, sangría,...), los estilos CSS, la posibilidad de crear listas (numeradas, no numeradas o de definición) e incluso la revisión de la ortografía. Finalmente, también se describe la utilización de otros objetos en las páginas, como reglas horizontales, comentarios y la fecha de la última modificación de la página
2. Importar documentos de Microsoft Word
3. Propiedades del texto: Propiedades HTML, Propiedades CSS
4. Creación de listas: Creación de una lista nueva, de una lista usando texto existente, de una lista anidada. Configuración de las propiedades de toda una lista
5. Caracteres especiales en HTML
6. Corregir y sustituir texto, revisión ortográfica, búsqueda y sustitución de texto
7. Crear un estilo CSS y definición
8. Web fonts: La tipografía es una parte esencial del diseño de páginas Web
9. Prácticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENLACES

1. Introducción: Explica cómo insertar hipervínculos en las páginas Web a través del programa Macromedia Dreamweaver: vínculos a un lugar determinado de una página (a través de un anclaje con nombre), vínculos a otras páginas (del mismo sitio o a cualquier página de Internet) y vínculos en un menú de salto. Se indican las diferencias entre rutas absolutas y relativas, así como la administración y modificación de hipervínculos en Dreamweaver. Por último, se describe el uso de comportamientos en las páginas, para ejecutar comandos en respuesta a determinados sucesos o eventos
2. Crear un enlace: Rutas absolutas y relativas al documento. Rutas relativas a la raíz del sitio
3. Vínculo a un correo: Creación de un vínculo de correo electrónico utilizando el comando Insertar vínculo de correo electrónico, creación de un vínculo de correo electrónico mediante el

inspector de propiedades.

4. Menú de salto
5. Widget de barra de menús: Adición de un elemento de menú principal, Adición de un elemento de submenú, Eliminación de un elemento de menú principal o submenú
6. Comprobar vínculos: Comprobación de vínculos del documento actual, Comprobación de vínculos en una parte de un sitio local, Comprobación de los vínculos de todo el sitio, Reparación de los vínculos en el panel Verificador de vínculos
7. Estilos en vínculos: Link, Visited, Active
8. Prácticas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. TRABAJAR CON IMÁGENES

1. Insertar una imagen: se describe el modo de incorporar imágenes en las páginas Web a través del programa Macromedia Dreamweaver. Se presentan los formatos gráficos que se pueden utilizar en una página Web y sus diferencias, así como la creación de imágenes de sustitución, mapas de imagen y barras de navegación
2. Propiedades de la imagen: El inspector de propiedades
3. Alinear y redimensionar una imagen
4. Rollover: una imagen al visualizarse en un navegador cambia
5. Mapas de imagen
6. Marcadores de posición
7. Objetos Inteligentes
8. Prácticas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. TABLAS

1. Tablas: Explica la forma de distribuir o colocar los elementos en las páginas Web con el programa Macromedia Dreamweaver: la utilización de capas, tablas y la utilización del modo de diseño, asignación del formato, incluir el contenido, etc
2. Insertar tablas
3. Selección de elementos de la tabla
4. Propiedades de la tabla: inspector de propiedades
5. Propiedades de las celdas
6. Tamaño de tablas: Cambio del tamaño de tablas, columnas y filas
7. Copiar, pegar, combinar y anidar tablas
8. Formato CSS de tablas
9. Prácticas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. CAPAS Y COMPORTAMIENTO

1. Las capas: Explica que las capas por lo general se definen con las etiquetas div y span y pueden contener cualquier objeto, por ejemplo un formulario, un fragmento de texto o un plug-in
2. Posiciones de las cajas: Estática, Relativa, absoluta y fija
3. Insertar capas
4. Propiedades de las capas: inspector de propiedades
5. Panel Diseñador de CSS
6. Capas prediseñadas
7. Comportamientos: código JavaScript
8. Aplicar un comportamiento

## 9. Prácticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 9. ESTILOS CSS I

1. Hojas de estilo: Reglas CSS. Explica que las hojas de estilos en cascada (CSS) son un conjunto de reglas de formato que determinan el aspecto del contenido de una página Web. La utilización de estilos CSS para aplicar formato a una página permite separar el contenido de la presentación
2. Panel estilos: permite supervisar las reglas y propiedades CSS que afectan al elemento de página seleccionado
3. Crear y adjuntar hojas de estilo
4. Propiedades de tipo: definición de la configuración básica de la fuente
5. Propiedades de fondo
6. Propiedades de bloque
7. Propiedades del cuadro
8. Propiedades del borde
9. Definir consulta de Medios
10. Definir selectores
11. Definir propiedades
12. Prácticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTILOS CSS II

1. Propiedades lista: Aprenderemos más reglas css para una Web atractiva
2. Propiedades de posición
3. Propiedades de extensiones
4. Transiciones
5. Trabajar con Hojas de estilo
6. Aplicar varias clases estilos
7. Hojas de estilos de muestra de Dreamweaver
8. Diseño de páginas con CSS
9. Prácticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 11. ELEMENTOS MULTIMEDIA Y JQUERY UI

1. Incluir archivos swf: Presenta elementos multimedia dinámicos que podemos insertar en las páginas Web a través del programa Macromedia Dreamweaver: animaciones de Flash, vídeos de Flash, botones y textos Flash. También se describen varias posibilidades de trabajo conjunto entre Dreamweaver y Fireworks, como la creación de un álbum de fotos Web o la inserción de HTML procedente de Fireworks en una página Web diseñada con Dreamweaver
2. Elementos multimedia y jQuery
3. Insertar archivos FLV
4. Insertar sonido: Formatos de Audio, Incrustación de un archivo de sonido, Incrustación de un archivo de video
5. Inserción de un widget de jQuery UI
6. Widget de acordeón: Personalización del widget de acordeón
7. Widget de Autocompletar
8. Prácticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 12. PLANTILLAS Y BIBLIOTECA

1. Plantillas: Tipos de regiones de plantillas. Aprenderemos que una plantilla es un tipo especial de documento que sirve para crear un diseño de página fijo, es muy útil
2. Creación de plantillas: Creación de una plantilla a partir de un documento existente, Utilización del panel Activos para crear una plantilla nueva
3. Crear regiones editables
4. Crear regiones repetidas: Inserción de una tabla repetida
5. Regiones opcionales de una plantilla: Inserción de una región opcional no editable, Inserción de una región opcional editable
6. Basar páginas en una plantilla
7. Edición y actualización de plantillas
8. Panel activos: Adición de un activo a un documento
9. Biblioteca: Creación de un elemento de biblioteca basado en una selección, Creación de un elemento de biblioteca vacío, Actualizar documento
10. Prácticas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. FORMULARIOS Y SITIOS REMOTOS

1. Formularios: Describe lo que son, cómo se crean y cómo se configuran los formularios en Macromedia Dreamweaver, para que el visitante del sitio Web envíe información al servidor Web. Se explica el trabajo con los distintos campos que se pueden crear, viendo para qué se usa cada uno y sus propiedades
2. Creación de un formulario HTML: Objetos de formulario
3. Propiedades de objetos I
4. Propiedades de objetos II
5. Validar un formulario con JavaScript
6. Sitios remotos
7. Panel archivos: sitio local y remoto
8. Prácticas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 14. DISEÑO DE CUADRÍCULA Y FTP

1. Diseño de cuadrícula fluida: Nos permite crear un diseño que se adaptará la pantalla del dispositivo que se utilice para visualizarlo, sea este un móvil, una tablet o la pantalla de un ordenador
2. Sincronizar FTP
3. FTP Multicanal

#### UNIDAD DIDÁCTICA 15. JQUERY MOBILE

1. jQuery Mobile
2. Temas
3. Panel muestras
4. Agregar Contenidos
5. Prácticas

#### PARTE 7. GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD ONLINE CON GOOGLE ADWORDS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

1. Características de Google Ads
2. Introducción
3. Las páginas de búsqueda
4. Las páginas de contenido
5. Funcionamiento de Ads

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN CON GOOGLE ADS

1. Cuentas en Ads
2. Interfaz de Ads
3. Campañas en Ads
4. Mi centro de clientes (MCC)
5. Búsqueda de información y ayuda

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONCEPTOS AVANZADOS

1. Posicionamiento de los anuncios
2. El funcionamiento de las palabras clave
3. Tipos de anuncios
4. Grupos de anuncios
5. Estados de los anuncios

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS CONVERSIONES Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN

1. Definición de conversiones
2. Características y funcionamiento
3. Las búsquedas
4. ¿Qué es Google Analytics?
5. Características Analytics y relación con Ads
6. La mejora de conversiones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEJORA DE POSICIONAMIENTO

1. Mejora con palabras clave
2. Mejora con anuncios
3. Mejora con la medición de los resultados

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD DEL CONTENIDO

1. La Red Display
2. Orientación en la red
3. Métodos de compra
4. Ayuda
5. ¿Qué es el remarketing?
6. Las pujas
7. Estrategias de pujas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EDITOR Y FINALIZACIÓN DEL CURSO

1. Características

2. Funciones
3. Fin del curso

