

Máster en Negocios Digitales Internacionales + 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 Negocios Digitales Internacionales + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Negocios Digitales Internacionales 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 Internacionalhoras



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/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 Convulsivo, Categoría Profesional del Consejo Profesional de la UNEDCO (Borr. Resolución 6048)

Descripción

En el dinámico entorno empresarial actual, destacar en el ámbito del comercio electrónico se ha convertido en una necesidad crucial. El "Master en International E-Business" está diseñado para proporcionar una comprensión profunda de las herramientas y estrategias esenciales para triunfar en línea. Este curso abarcador cubre desde la creación de portales web con Joomla hasta estrategias avanzadas SEO, pasando por el despliegue de tiendas virtuales mediante VirtueMart. Los participantes perfeccionarán sus habilidades en comercio electrónico, marketing online, incluyendo SEO, social media y marketing móvil, asegurando un conocimiento integral que los distinguirá en el mercado global. Con módulos especializados en analítica web, estudiantes desarrollarán una visión analítica capaz de interpretar datos y optimizar su presencia en la red. Esta formación les brinda la preparación teórica y la visión estratégica requeridas para innovar, competir y liderar con éxito estrategias de e-business en cualquier sector.

Objetivos

- Dominar Joomla y SEO.
- Crear tiendas con Virtuemart.
- Aprender comercio electrónico.
- Usar marketing digital efectivo.
- Posicionar webs en buscadores.
- Manejar Social Media para ventas.
- Analizar métricas web esenciales.

Para qué te prepara

Este Master en International E-Business es ideal para emprendedores digitales, gestores de comercio electrónico y profesionales de marketing online. Aborda desde la creación de portales web con Joomla, SEO avanzado, hasta técnicas en VirtueMart para tiendas online. Incluye módulos de comercio electrónico, marketing en buscadores, estrategias en redes sociales, marketing móvil, y concluye con un enfoque en analítica web para maximizar la presencia online de negocios. Un programa integral para liderar en la era digital.

A quién va dirigido

El Máster en International E-Business te prepara para liderar proyectos en el expansivo mercado digital. Aprenderás a construir y optimizar portales web con Joomla, impulsar la visibilidad mediante SEO avanzado y dominar las claves del e-commerce con VirtueMart. Estarás capacitado para diseñar estrategias de marketing online que abarcan desde buscadores y social media hasta marketing móvil. Con una sólida formación en analítica web, podrás evaluar el desempeño y ajustar tácticas para

maximizar el retorno de la inversión en el ámbito internacional.

Salidas laborales

Con el Máster en International E-Business, te especializarás en la creación de portales web con Joomla, SEO y comercio electrónico. Podrás convertirte en gestor de tiendas online con VirtueMart, experto en marketing digital, manejar estrategias en buscadores, social media y mobile marketing. Además, estarás capacitado para roles de analítica web y posicionamiento, abriendo puertas a una carrera en constante evolución y alta demanda laboral.

TEMARIO

PARTE 1. CREACIÓN DE PORTALES WEB CON JOOMLA + SEO PROFESIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A JOOMLA!

1. ¿Qué es Joomla!?
2. ¿Qué es un CMS?
3. Características y versiones
4. Historia del proyecto
5. Novedades en Joomla!

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTALAR JOOMLA EN LOCAL

1. Descarga del pack
2. Instalación de Xampp
3. Comprobar la instalación de Xampp
4. Instalar Joomla!

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELEMENTOS BÁSICOS DE JOOMLA

1. Front-end y back-end
2. Panel de control
3. Parámetros del sitio
4. Parámetros del sistema
5. Parámetros del servidor
6. Permisos
7. Filtros de textos.
8. Barra de herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CATEGORÍAS Y ARTÍCULOS

1. Jerarquía de Joomla
2. Crear y editar categorías
3. categorías anidadas
4. Barra de herramientas
5. Proceso por Lotes
6. Editor TinyMCE
7. Crear y editar artículos
8. Opciones del artículo
9. Información de metadatos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ARTÍCULOS Y MENÚS

1. Insertar imágenes en artículos
2. Insertar videos en artículos
3. Insertar mis videos y mis imágenes en artículos

4. Insertar puntos de ancla
5. Propiedades del menú
6. Proceso por lotes de menú

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TIPOS DE MENÚS

1. Tipos de menús
2. Artículos
3. Buscar
4. Búsqueda inteligente
5. Canales electrónicos
6. Contactos
7. Enlaces del sistema
8. Etiquetas
9. Gestor de la configuración
10. Privacidad
11. URL embebida
12. Usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTACTOS, NOTICIAS EXTERNAS, ENLACES EXTERNOS

1. Contactos
2. Servidores de anuncios externos
3. Redirecciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MÓDULOS

1. Gestor de módulos
2. Descripción
3. Crear y Editar un módulo
4. Módulos por defecto
5. Menú
6. Modulo personalizado

UNIDAD DIDÁCTICA 9. USUARIOS Y PERMISOS

1. Tipos de usuarios
2. Registro y recuperar contraseña
3. Gestor de usuarios
4. Crear y Editar un grupo usuario
5. Crear y Editar un usuario
6. Usuarios registrados - Modificar artículos
7. Menú de usuario
8. Notas de Usuario.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN DE EXTENSIONES

1. Extensiones
2. Gestor de extensiones
3. Instalar una extensión

4. Gestor de plugins
5. Diferentes tipos de Plugin
6. Gestor de idiomas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLANTILLAS Y GESTOR MULTIMEDIA

1. Estructura de una plantilla
2. Descargar plantillas
3. Instalar plantillas
4. Gestor de plantillas
5. Editar plantillas
6. Gestor multimedia

UNIDAD DIDÁCTICA 12. MIGRAR JOOMLA 3 A UN SERVIDOR REMOTO

1. Realizar copia de seguridad
2. Darse de alta en un servidor gratuito
3. Importar la base de datos a un servidor remoto.
4. Conexión de la web con la base de datos.

PARTE 2. VIRTUEMART 2.0: CÓMO CREAR UNA TIENDA ONLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A VIRTUEMART

1. Presentación
2. Qué es VirtueMart

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTALACIÓN DE VIRTUEMART

1. Descarga del pack
2. Instalación de Xampp
3. Comprobar la instalación de Xampp
4. Instalar Joomla
5. Instalar VirtueMart
6. Cambiar idioma de VirtueMart

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONFIGURACIÓN DE VIRTUEMART

1. Configuración global

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EDITAR TIENDA, CATEGORÍAS Y FABRICANTES

1. Permisos
2. Editar tienda
3. Añadir países y monedas
4. Enlace a la tienda
5. Categorías
6. Fabricantes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGLAS DE IMPUESTOS Y CÁLCULO Y PRODUCTOS

1. Reglas de impuestos y cálculo
2. Productos I
3. Productos II
4. Inventario

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMPRADORES, ENVÍOS Y CUPONES

1. Campos de comprador
2. Compradores
3. Envíos
4. Cupones

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MÉTODOS DE PAGO

1. Métodos de pago
2. Pago contra reembolso
3. PayPal
4. Pago por transferencia
5. TPV

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PEDIDOS E INFORMES

1. Pedidos e informes

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EXTENSIONES, PLANTILLAS Y SEO

1. Extensiones
2. Plantillas
3. Descargar plantillas
4. Instalar plantillas
5. Gestor de plantillas
6. Editar plantillas
7. Posicionamiento SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MIGRAR JOOMLA Y VIRTUEMART A UN SERVIDOR REMOTO

1. Realizar copia de seguridad
2. Darse de alta en un servidor gratuito
3. Importar la base de datos a un servidor remoto.
4. Conexión de la Web con la base de datos.
5. Subir archivos Web mediante FTP

PARTE 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

MÓDULO 1. COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO: APROXIMACIÓN

1. El Comercio Electrónico como instrumento para crear valor
2. Marketing electrónico y Comercio Electrónico. Diferencias entre los términos

3. El Comercio Electrónico: Origen y antecedentes
4. Internet y sus ventajas en la estrategia de Marketing
5. El Comercio Electrónico en datos: Informes
6. Ejercicios complementarios: Aproximación al Comercio Electrónico

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

1. Modelos de Negocio Online: Contextualización
2. Modelos de negocio online según los participantes en las transacciones comerciales electrónicas: B2B, B2C, C2C y otras
3. Tipos de Negocio Online según Hoffman, Novak y Chatterjee: Tiendas electrónicas, presencia en internet, sitios web de contenido, email, agentes de búsqueda y control del tráfico
4. Modelos de negocio basados en internet según Michael Rappa: BroKers, Publicidad, Infomediarios, mayoristas y detallistas, canal directo del fabricante, afiliación, Comunidad, suscripción y bajo demanda
5. Basados en las redes inter-organizacionales: Informativo, Transaccional y Operacional
6. Otros modelos de negocio: subastas online, plataformas de colaboración, Comunidades virtuales y mercado de productos usados
7. Ejercicios complementarios: Planificación para generar ingresos

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

1. Fases del proceso de compra: información, argumentación, producto y dinero, e Información y soporte al consumidor
2. Carro de la compra: medidas para favorecer el proceso de compra
3. Cadena de valor en comercio electrónico: Mejoras
4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico desde el punto de vista del consumidor y de la empresa
5. Ejercicios complementarios: Proceso de Compra en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS ONLINE

1. La inmediatez en el intercambio de productos: Intercambio de productos y/o servicios a través de Internet
2. Factores que influyen en la experiencia web para que se produzca el intercambio de productos y/o servicios: usabilidad, interactividad, confianza, estética web y marketing mix
3. Criterios empresariales para la fijación de precios en internet
4. Atención al cliente antes y después de la venta en el intercambio de productos vía internet
5. Ejercicios complementarios: Intercambio de productos online

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

1. Comunicación transversal entre empresa y consumidor: Internet como canal de comunicación
2. Herramientas en Comunicación: Publicidad, Promoción, Marketing directo, Relaciones públicas y Fuerza de Ventas
3. Venta en internet: conseguir la venta y fidelización
4. Proceso de planificación publicitaria: La campaña publicitaria

5. Campañas online: SEM, SEO, promoción de ventas online, marketing directo online y redes sociales
6. Ejercicios complementarios: Internet como canal de comunicación en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción: ¿Captar al cliente o fidelizar al cliente?
2. Proceso de fidelización: claves
3. Fidelización en comercio electrónico: ventajas
4. Mantenimiento de cartera de clientes
5. Acciones a tener en cuenta para llevar a cabo la fidelización: fórmula IDIP
6. Estrategias en fidelización: Cross Selling, Up Selling y Diversificación a otros sectores
7. Nivel de fidelización de los clientes
8. Ejercicios complementarios: Fidelización de clientes en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NORMATIVA REGULADORA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE

1. Cómo hacer una campaña publicitaria OnLine
2. Otras modalidades de promoción Online
3. Los leads
4. Selección de palabras clave
5. Campañas de video marketing
6. E-mail marketing

7. La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing
8. Conseguir contactos y bases de datos para campañas de email marketing
9. Personalización de la oferta y permission marketing
10. Permission marketing
11. Marketing viral
12. Marketing de afiliación
13. Qué es trade marketing
14. Indicadores clave de desempeño (KPI)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DE BUSCADORES

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

PARTE 4. 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 5. ANALÍTICA WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB Y SEO

1. Introducción al SEO
2. Historia de los motores de búsqueda
3. Componentes de un motor de búsqueda
4. Organización de resultados en un motor de búsqueda
5. La importancia del contenido
6. El concepto de autoridad en Internet
7. Campaña SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA WEB Y SEM

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos en SEM
3. Sistema de pujas y Calidad del anuncio
4. Creación de una campaña
5. Creación de anuncios con calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS Y MÉTRICA WEB

1. Conceptos básicos
2. Métricas
3. Visitas
4. Visitantes
5. Páginas
6. Promedio de tiempo en una página web
7. Promedio de tiempo en un sitio web
8. Tasa de rebote
9. Tasa de salida
10. Tasa de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN DE SITIOS WEB

1. Usabilidad

2. Mapas de calor
3. Grabaciones de sesiones de usuario
4. Ordenación de tarjetas
5. Test A/B
6. Test multivariante
7. KPI, indicadores clave de rendimiento
8. Cambios a realizar para optimizar una página web
9. UNIDAQD DIDÁCTICA 5. 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 6. HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA WEB

1. Listado de herramientas
2. Herramientas de analítica web
3. Herramientas de análisis de logs
4. Herramientas de medición mediante tags
5. Herramientas para medir el rendimiento de nuestro sitio web
6. Herramientas para recoger información de diseño o usabilidad web
7. Herramientas que analizan nuestra actividad en redes sociales
8. Herramientas de inteligencia competitiva

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOOGLE ANALYTICS

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Cómo funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?
8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos
11. Eventos
12. Porcentaje de abandono
13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics
20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FUNCIONES BÁSICAS DE GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a las funciones de Analytics
2. Nociones básicas de Google Analytics
3. Añadir anotaciones en gráficos
4. Comparación de periodos
5. Exportar Informes
6. Añadir métricas a un gráfico
7. Crear, editar y eliminar segmentos
8. Crear un nuevo panel
9. Añadir un Widget al Panel
10. Tiempo real
11. Tipos de informes de Google Analytics: diagramas animados, gráfico por hora, día, semana, mes, etc?
12. Configuración del envío automático de informes
13. Audiencia
14. Enlazar cuenta de Google AdWords con Google Analytics
15. AdWords

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INFORMES

1. Informes de audiencia
2. Informes de adquisición
3. Informes de comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GOOGLE ANALYTICS 4

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4

UNIDAD DIDÁCTICA 11. 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. Instagram
7. LinkedIn
8. Blogs
9. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 12. MOBILE ANALYTICS Y MEJORA DEL DISEÑO

1. ¿Qué es Mobile Analytics?
2. Métricas

3. Google analytics para analítica móvil
4. Otras herramientas de analítica móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 13. INTRODUCCIÓN A ADOBE ANALYTICS

1. ¿Qué es Adobe Analytics?
2. ¿Qué podemos hacer con Adobe Analytics?
3. Principales diferencias respecto a Google Analytics
4. Conceptos Clave
5. Implementación de Adobe Analytics

