

Máster en Estrategias de Contenido y Marketing de Atracción



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 Estrategias de Contenido y Marketing de Atracción



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Estrategias de Contenido y Marketing de Atracción 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 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 Extranjería, Consellería de Economía, Industria y Comercio de la Junta de Andalucía. Resolución 1048/2018.

Descripción

El Máster en Estrategias de Contenido y Marketing de Atracción es tu puerta de entrada al dinámico mundo del marketing digital, un sector en continuo auge con una creciente demanda laboral. Aquí aprenderás a dominar el arte del Inbound Marketing, desde la importancia del SEO y el SEM hasta la creación de estrategias efectivas que capturen y retengan audiencias. Equipado con conocimientos en gestión de marca personal y copywriting, te convertirás en un experto en atraer tráfico y optimizar la presencia online. Además, explorarás el ecosistema del marketing automation y las tendencias actuales como la inteligencia artificial y el influencer marketing. La modalidad online de este máster te permite acceder a una formación flexible y de calidad, adaptada a las necesidades del mercado actual. Participar en este máster es tu oportunidad para destacar en un entorno competitivo, potenciando tus habilidades y preparándote para liderar proyectos innovadores en el ámbito digital.

Objetivos

- Diseñar estrategias Inbound que integren SEO, SEM y contenido de valor. - Optimizar sitios web para mejorar el tráfico y la conversión. - Implementar técnicas de copywriting para aumentar el engagement. - Configurar campañas de email marketing automatizadas y efectivas. - Desarrollar y gestionar una marca personal en LinkedIn. - Aplicar inteligencia artificial para mejorar estrategias de marketing. - Crear un plan de social media alineado con objetivos de negocio.

Para qué te prepara

El Máster en Estrategias de Contenido y Marketing de Atracción está dirigido a profesionales del marketing digital y comunicación que desean profundizar en el inbound marketing, SEO, SEM y la gestión de marca personal. Ideal para quienes buscan desarrollar estrategias avanzadas y aplicar técnicas de copywriting y automatización, potenciando su impacto en un entorno digital dinámico y competitivo.

A quién va dirigido

El Máster en Estrategias de Contenido y Marketing de Atracción te prepara para convertirte en un experto en la creación y gestión de estrategias de inbound marketing. Aprenderás a optimizar el SEO y SEM, desarrollar un plan de social media efectivo, y dominar el copywriting para atraer y convertir clientes. Además, te formarás en la gestión de la marca personal y el marketing automation, permitiéndote implementar campañas de email marketing y utilizar herramientas innovadoras como chatbots e inteligencia artificial.

Salidas laborales

'- Especialista en Inbound Marketing - Consultor de Marketing Digital - Gestor de Contenidos SEO - Estratega de Social Media - Copywriter para E-commerce - Especialista en Automatización de Marketing - Consultor en Personal Branding - Analista de SEM - Desarrollador de campañas de Email Marketing - Gestor de Tráfico Web - Asesor de Influencer Marketing - Coordinador de Proyectos Digitales

TEMARIO

MÓDULO 1. BASES DE LA ESTRATEGIA INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL.

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del marketing digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del marketing digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Inbound Marketing vs Marketing de Contenidos
3. Marketing Viral
4. Vídeo Marketing
5. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPORTANCIA DEL SEO EN UNA ESTRATEGIA INBOUND

1. Introducción e 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 4. SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistemas 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. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. ¿Qué es un CMS?
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. Wordpress y Woocommerce
4. Prestashop y Magento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COPYWRITTING

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

MÓDULO 2. CREACIÓN DE UNA 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

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. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE

1. Encuestas
2. Contenido inteligente
3. Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CASOS DE ÉXITO

1. Coca-Cola
2. Starbucks
3. Converse
4. Apple

MÓDULO 3. GESTIÓN DE LA MARCA PERSONAL: PERSONAL BRANDING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca: Brand Equity
3. Marcas corporativas y marca producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La marca en el medio online
3. Comunicación visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management - identidad de marca
4. El storytelling
5. Branded content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
8. El packaging
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LA MARCA PERSONAL

1. Definir la marca personal y el estilo
2. Identificar a la audiencia objetivo
3. Idear tu propia página web
4. Creación de lista de contactos
5. Utilización del social media
6. Diseño y ejecución de un plan de comunicación
7. Herramientas y recursos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DEL PERFIL EN LINKEDIN

1. Introducción
2. Navegación
3. Plantear una estrategia
4. Creación y diseño del perfil
5. Información profesional
6. Networking y grupos
7. Consejos para aumentar la visibilidad
8. Búsqueda de empleo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COPYWRITING APLICADO

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Pirnicpales Técnicas
5. Apartado \"Sobre mi\"
6. Consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRODUCTIVIDAD PERSONAL

1. Introducción
2. Clasificación de tareas
3. Procrastinación
4. Getting things done
5. Gestión de reuniones
6. El coste de oportunidad
7. Timeblocking
8. Extensiones de Chrome para aumentar la productividad

MÓDULO 4. ATRACCIÓN DEL TRÁFICO CON SEO, SEM Y SOCIAL MEDIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB

1. ¿Para qué necesitamos optimizar?
2. Introducción a la optimización del contenido
3. Crear etiquetas META
4. Añadiendo las palabras clave en el contenido
5. Estructurados de los datos
6. Optimización de elementos multimedia "Imágenes y Vídeos"

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INDEXACIÓN: INTROUDCCIÓN Y OPTIMIZACIÓN

1. Introducción a la indexación
2. Mejorando la estructura del sitio web
3. Optimizar web para GoogleBoot
4. Optimización para móviles
5. ¿Cómo indexar el sitio web?
6. Otros tipos de indexación
7. Spamdexing

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MONITORIZACIÓN

1. Supervisando la indexación
2. Monitorizando la popularidad
3. Audiencia de su sitio web

UNIDAD DIDÁCTICA 4. WEBMASTERS: HERRAMIENTAS

1. Google Webmaster Tools (GWT) y Google Analytics
2. WebmasterTool Bing
3. Herramientas para redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)

1. Conceptos clave
2. Inversión en anuncios publicitarios
3. Principales plataformas del marketing en buscadores
4. Google AdWords
5. Bing Ads
6. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA PLAN

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

MÓDULO 5. COPYWRITING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COPYWRITING PARA E-COMMERCE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COPYWRITING PARA PERSONAL BRANDING

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

8. Plan de Comunicación

MÓDULO 6. MARKETING AUTOMATION ECOSYSTEM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING AUTOMATION

1. Marketing Automation: Concepto y Casos Prácticos
2. Herramientas del Marketing Automation
3. Publicidad y promoción automatizada
4. La automatización de la relación con el cliente
5. Gestión de datos y análisis en el Marketing Automation

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

1. Elementos de la automatización del marketing: Journey Builder, CRM
2. Funnel de Ventas y Omnichannel en Marketing Automation
3. Diseño del plan de Automatización (I): Identificación de tareas
4. Diseño del plan de Automatización (II): Selección de herramientas y Métricas de evaluación de la eficacia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING

1. Antes de empezar
2. Fases de una campaña de email marketing
3. Objetivo de la campaña
4. Antes de la campaña
5. Las listas en Mailchimp
6. Las campañas en Mailchimp
7. Viralidad
8. Los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRINCIPALES ELEMENTOS Y TÉCNICAS DE DISEÑO PARA CREAR UN EMAIL EFECTIVO

1. Introducción
2. Frecuencia de los envíos
3. Diseño del email
4. Partes del mensaje de correo electrónico
5. Claves para diseñar una Newsletter efectiva

MÓDULO 7. TENDENCIAS INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTELIGENCIA ARTIFICIAL

1. Inteligencia artificial: introducción
2. Inteligencia de los seres vivos
3. Inteligencia Artificial
4. Dominios de aplicación
5. El campo de la mecatrónica
6. Las posibilidades de la Inteligencia Artificial

7. Mecatrónica e Inteligencia Artificial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INFLUENCER MARKETING

1. ¿Qué es un influencer?
2. Tipos de influencers
3. Diferencias entre un macroinfluencer y un microinfluencer
4. Pautas iniciales para ser influencer

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ¿QUÉ ES UN CHATBOT?

1. Aspectos introductorios
2. ¿Qué es un chatbot?
3. ¿Cómo funciona un chatbot?
4. VoiceBots
5. Desafíos para los Chatbots

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ÁMBITOS DE APLICACIÓN CHATBOTS

1. Áreas de aplicación de Chatbots
2. Desarrollo de un chatbot con ChatterBot y Python
3. Desarrollo de un chatbot para Facebook Messenger con Chatfuel

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA MOBILE

1. Diseño adaptado a dispositivos móviles: Responsive Design
2. Móvil y Marketing Mix
3. Plan estratégico mobile: Estrategia SoLoMo
4. Formatos de publicidad móvil
5. Mobile Adserver
6. Mobile Advertising
7. Integración online y mobile

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL NEGOCIO MOBILE MARKETING Y APPS

1. Internet tradicional vs Mobile
2. Micromomentos de consumo
3. Tecnología Parsing FIT
4. Aplicaciones móviles
5. Estrategia en apps
6. Contenidos orientados a apps
7. Modelos de negocios en aplicaciones
8. Promoción de aplicaciones

