



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## *Curso Superior en Inbound Marketing*

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Curso Superior en Inbound Marketing

**duración total:** 300 horas

**horas teleformación:** 150 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

El presente CURSO SUPERIOR DE INBOUND MARKETING ofrece una formación especializada en la materia. Si trabaja en el entorno del marketing digital y desea conocer las características fundamentales del inbound Marketing este es su momento, con el Curso de Inbound Marketing podrá adquirir los conocimientos necesarios para desenvolverse profesionalmente en este entorno. El Inbound Marketing consiste en hacer que el usuario sea el que encuentra a la marca, realizando diferentes estrategias para conseguirlo, al contrario que la publicidad que puede llegar a interrumpir y perseguir al cliente.



+ Información Gratis

## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Conocer la importancia del marketing mix en las empresas digitales.
- Aprender sobre el Branding y posicionamiento en Internet.
- Aprender sobre la Planificación de estrategias de generación y cualificación de leads. Hubspot.
- Realizar consultas de analítica web y seo.
- Realizar la optimización en la gestión del Marketing Relacional.

## *para qué te prepara*

Este CURSO SUPERIOR ONLINE DE INBOUND MARKETING le prepara para conocer a fondo el término de Inbound Marketing y a realizar las estrategias oportunas para conseguir los objetivos de esta tarea, llegando a poder realizarla de manera independiente.

## *salidas laborales*

Marketing digital / Experto en Inbound marketing.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

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

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'Estrategia de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Posicionamiento y Visibilidad: SEO'
- Manual teórico 'Social Media Strategy'



## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

**programa formativo**

## **MÓDULO 1. 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 2. POSICIONAMIENTO Y VISIBILIDAD: SEO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO**

- 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 2. 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 3. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB**

- 1.Estructura de una web
- 2.Optimización de Etiquetas Meta: Screaming Frog SEO Spider

**+ Información Gratis**



- 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 4. 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 5. 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 6. 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO**

- 1.Backlinks
- 2.Consideraciones de los enlaces entrantes
- 3.Análisis de enlaces: SEMrush, Ahrefs y Screaming Frog

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LINKBUILDING**

- 1.Introducción al linkbuilding
- 2.Principales técnicas de linkbuilding
- 3.Estrategia de linkbuilding natural
- 4.Linkbuilding con Ahrefs
- 5.Auditoria Off- Page

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. LINKBAITING**

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

### **MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA STRATEGY**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA**

+ Información Gratis

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, TWITTER Y LINKEDIN**

1. Red social generalista: Facebook
- 2.2. Microblogging: Twitter
- 3.3. La red social de los profesionales y reclutamiento: LinkedIn

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN**

1. Elección de canales
2. Planificación de la estrategia
3. UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA
4. Social Listening
5. Uso de chatbots en Facebook Messenger
6. Instagram Direct y gestión de comentarios
7. Twitter como canal de atención al cliente

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS**

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

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

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA**

1. Facebook Insights
2. Estadísticas de Instagram

- 3. Twitter Analytics
- 4. Analítica en LinkedIn
- 5. Youtube Analytics