



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Experto en Outbound Marketing & Sales

+ Información Gratis

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

Curso Experto en Outbound Marketing & Sales

duración total: 750 horas

horas teleformación: 375 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El Outbound Marketing, también conocido como marketing de interrupción o marketing tradicional, sigue siendo un pilar fundamental para el logro de objetivos en los planes de marketing de las empresas de la actualidad. Tradicionalmente el outbound marketing se reflejaba en las formas tradicionales de publicidad como los anuncios en prensa, radio o TV. Actualmente con internet han surgido numerosas nuevas formas de aplicarlo, como son por ejemplo a través de la publicidad en los buscadores y redes sociales, tal y como descubrirás en el Curso en Outbound Marketing & Sales. INESEM te proporcionará un sistema de enseñanza online flexible, actualizado y apoyado por un equipo docente especializado y cercano con el alumno.



a quién va dirigido

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

objetivos

- Diseñar campañas publicitarias exitosas aplicando la creatividad.
- Gestionar las redes sociales a fin de emprender campañas de marketing que generen leads y ventas.
- Emprender campañas de publicidad en la red de buscadores de Google y monitorizar los resultados.
- Descubrir técnicas outbound aplicadas en marketing mobile.
- Captar clientes a través de campañas de email marketing.

para qué te prepara

Con este Curso en Outbound Marketing & Sales tendrás la posibilidad de aprender las nuevas tendencias dentro del mundo del marketing outbound. Descubrirás diferentes formas de publicidad y promoción a través de las redes sociales, los buscadores, el email marketing y mucho más. Gracias a la estrategia outbound marketing lograrás generar leads y ventas en el corto plazo y al menor coste posible, para así generar la máxima rentabilidad.

salidas laborales

Las salidas profesionales de este Curso en Outbound Marketing & Sales son las de outbound marketing specialist, sales manager, técnico de ventas, marketing manager, digital marketing manager, técnico de marketing, publicista, lead manager, PPC manager o incluso la de emprendedor ya sea como consultor de outbound marketing o bien generando ventas para tu negocio.

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 'Marketing Mobile y Publicidad'
- Manual teórico 'Creatividad en la Publicidad'
- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'Captación de Clientes a Través de Email Marketing, Uso de Mailchimp'
- Manual teórico 'Análítica y Publicidad Web: Google Analytics y Google Ads'



+ Información Gratis

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 ineseem 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. CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.¿Qué es la creatividad?
- 2.Estudio de la creatividad
- 3.Investigaciones en torno a la creatividad
- 4.Importancia de la motivación en la creatividad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREATIVIDAD PUBLICITARIA

- 1.Creatividad en agencias de publicidad
- 2.El departamento creativo
- 3.Estrategia publicitaria y estrategia creativa
- 4.Beneficios de la creatividad en publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CREATIVAS

- 1.El brainstorming
- 2.GoogleStorming
- 3.Cuestionario o listado de preguntas
- 4.Método SCAMPER
- 5.Lista de atributos
- 6.Mapas mentales
- 7.Análisis metamórfico
- 8.Técnica
- 9.Técnica xx
- 10.Problem solving
- 11.Sinéctica
- 12.Pensamiento lateral

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO

- 1.Identificación
- 2.Preparación
- 3.Incubación
- 4.Iluminación
- 5.Evaluación
- 6.Implementación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CREATIVIDAD EN LOS MEDIOS

- 1.Creatividad en medios convencionales
- 2.Creatividad en medios no convencionales

MÓDULO 2. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

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

+ Información Gratis

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
- 11.11. 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. Análítica 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

+ Información Gratis

- 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

MÓDULO 3. ANALÍTICA Y PUBLICIDAD WEB: GOOGLE ANALYTICS Y GOOGLE ADS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

- 1.¿Qué es la analítica web?
- 2.Justificación de la analítica web
- 3.¿Qué hacen los usuarios en mi sitio web?
- 4.¿Cómo obtenemos los datos?
- 5.Herramientas más utilizadas (comparativa)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS Y KPIS DE UN SITIO WEB

- 1.Los objetivos de un sitio web
- 2.¿Qué es un KPI?
- 3.¿Cómo identificar los KPI más adecuados?
- 4.Ejemplos de KPIs
- 5.Presentación de los cuadros de mando

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUADROS DE MANDO

- 1.Cuadros de mando
- 2.Elaborar un cuadro de mando
- 3.Conclusiones
- 4.Herramientas útiles

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS

- 1.Introducción a la analítica web
- 2.Funcionamiento Google Analytics
- 3.Instalación y configuración de Google Analytics
- 4.Configuración de las vistas mediante filtros

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTERFACE Y NAVEGACIÓN

- 1.Navegación por Google Analytics
- 2.Informes de visión general
- 3.informes completos
- 4.Compartir informes
- 5.Configuración paneles de control y accesos directos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORMES

- 1.Informes de Audiencia
- 2.Informes de Adquisición
- 3.Informes de Comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CAMPAÑAS Y CONVERSIONES

- 1.Campañas personalizadas
- 2.Realizar un seguimiento de las campañas con el Creador de URLs
- 3.Configuración y medición de objetivos
- 4.Cómo medir campañas de Google Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD EN BÚSQUEDAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD EN DISPLAY

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

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD PARA MÓVILES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD EN SHOPPING

- 1.Google Merchant Center
- 2.Campañas de shopping

MÓDULO 4. MARKETING MOBILE Y PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.Introducción al Mobile Marketing
- 2.¿En qué consiste el Mobile Marketing?
- 3.Evolución de Mobile Marketing
- 4.Nuevas tendencias de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBJETIVOS Y ANÁLISIS EN MOBILE MARKETING

- 1.Importancia del análisis en la estrategia mobile
- 2.Variables de género y edad
- 3.Variable Ingresos
- 4.Objetivos en Mobile Marketing
- 5.Seguimiento de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLICIDAD MOBILE

- 1.Tipos de publicidad
- 2.Diferencias entre Publicidad on-Deck y Publicidad off-Deck
- 3.Creación de campañas publicitarias en dispositivos móviles
- 4.Ejemplos de campañas
- 5.Las redes publicitarias móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTEGRACIÓN DEL MARKETING MOBILE EN LA ESTRATEGIA ON Y OFF

- 1.Comunicación integrada en el mensaje
- 2.Integración del mobile marketing en la estrategia offline
- 3.Integración del mobile marketing en la estrategia online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA MOBILE

- 1.Diseño adaptado a dispositivos móviles: Resposive 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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TELEVISIÓN Y MÓVILES

1. Introducción
2. Televisión y dispositivos móviles
3. Contenidos para televisión móvil
4. Técnicas y estándares de la televisión móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA MOBILE

1. Introducción al mobile analytics
2. Google Analytics Mobile
3. Mobile Analytics vs Web Analytics
4. Herramientas y seguimiento mobile
5. Claves para la medición en marketing móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GEOLOCALIZACIÓN

1. Introducción
2. Sistemas de geolocalización
3. Trabajar la geolocalización
4. Desarrollo de promociones
5. Ubicuinformación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. USUARIO MOBILE

1. Tendencias de consumo móvil
2. Prosumer
3. La generación Touch o Táctil
4. Hiperconectividad
5. El móvil en el Customer Journey
6. Usuario multitasking o multitarea
7. Periodismo ciudadano y mobile

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MOBILE SOCIAL MEDIA

1. Redes sociales
2. Estrategia social media orientada a móviles
3. Atención al cliente en social media
4. Publicidad social
5. Monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 12. M- COMMERCE

1. Introducción al comercio móvil
2. Mobile Ecommerce Payments
3. Sistemas de seguridad
4. Mobile Business: Freemium, Premium y Suscripciones
5. Mobile Shopping y Showrooming
6. ASO (App Store Optimization) y Growth Mobile

MÓDULO 5. CAPTACIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE EMAIL MARKETING USO DE MAILCHIMP

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMAIL MARKETING

+ Información Gratis

1. Qué es el email marketing
2. Por qué utilizar el email marketing en nuestra estrategia online
3. Factores de éxito en email marketing
4. Definir los objetivos a alcanzar con el email marketing
5. Analiza lo que hace la competencia / mide, mide, mide

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MAILCHIMP

1. Ventajas de Mailchimp frente a PHPList
2. Visión general de Mailchimp
3. Las listas en Mailchimp
4. Las campañas en Mailchimp

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TU PRIMERA LISTA EN MAILCHIMP

1. Cómo crear una lista de correos en Mailchimp
2. Cómo personalizar una lista en Mailchimp
3. Campos obligatorios para suscribirse a una lista

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL FORMULARIO DE SUSCRIPCIÓN

1. Insertar el formulario de suscripción
2. Motivar a suscribirse
3. Lugares clave donde insertar el formulario de suscripción

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO DE NEWSLETTERS

1. Las plantillas de Mailchimp
2. Plantillas Premium de Themeforest
3. Factores clave en la selección de las plantillas
4. Cargar plantillas externas en Mailchimp
5. Modificación de plantillas en Mailchimp

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN DE LA PRIMERA CAMPAÑA

1. Cómo crear una campaña en Mailchimp
2. Diferencia entre campaña y lista de correo
3. Cómo visualizar la newsletter antes de su envío
4. Cómo elegir el título de la newsletter
5. Cómo elegir el nombre del quien envía la newsletter
6. Otros puntos importantes a tener en cuenta

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGUIMIENTO DE LA CAMPAÑA

1. La importancia de medir
2. La tasa de apertura
3. Cálculo del CTR
4. Qué hacer con los rebotes
5. ¿Hay bajas? El por qué

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APRENDIENDO DE LOS ERRORES

1. Cómo detectar lo que gusta y disgusta de nuestra newsletter
2. Optimizar la lista de correo
3. ¿Es la plantilla adecuada?
4. Conseguir feedback de los usuarios
5. Aumentar el rendimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CASO PRÁCTICO

+ Información Gratis