INESEM

BUSINESS SCHOOL

# *Máster de Community Manager + Titulación Universitaria*

+ Información Gratis

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

# *Máster de Community Manager + Titulación Universitaria*

***duración total:*** 1.500 horas ***horas teleformación:*** 450 horas

***precio:*** 0 € *

***modalidad:*** Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## *descripción*

En la era digital actual, la figura del Community Manager se ha convertido en esencial. Nuestro Master de Community Manager proporciona un conocimiento integrado sobre la gestión y dinamización de comunidades online, aprovechando la potencia de las redes sociales y las últimas tendencias en marketing digital. Explora el arte de conectar con audiencias, crear contenido relevante y atender el pulso social de una marca, todo bajo el paraguas del marketing online y posicionamiento web. Además, la analítica web ocupa un lugar destacado, capacitando a los alumnos para tomar decisiones basadas en datos. Este curso se convierte en un camino hacia la excelencia digital, dotando de habilidades clave para afrontar el desafío de la comunicación en el siglo XXI y construir un perfil profesional altamente demandado. Apostar por nuestra formación es abrir la puerta a un mundo de oportunidades en constante evolución.

## a quién va dirigido

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

## objetivos

- Dominar las redes sociales.
- Aplicar el marketing digital.
- Ejecutar estrategias online.
- Mejorar posicionamiento web.
- Analizar métricas web.
- Crear contenido atractivo.
- Gestionar crisis en redes.

## para qué te prepara

Este Master de Community Manager te prepara para gestionar y potenciar la imagen de marcas en el entorno digital. Aprenderás estrategias de marketing digital, manejo de redes sociales, posicionamiento web y análisis de datos para optimizar la presencia online. Desarrollarás competencias para crear contenidos atractivos, interactuar con comunidades y medir el impacto de tus campañas en Internet, adaptando las habilidades adquiridas a las necesidades y objetivos de cualquier proyecto o empresa.

## salidas laborales

Tras completar el Master de Community Manager, abre un abanico de oportunidades laborales: gestión de comunidades online, estratega de redes sociales, especialista en marketing digital y online. Con conocimientos en posicionamiento web y analítica, podrás medir y optimizar la presencia digital de marcas, contribuyendo a su éxito en el competitivo mercado actual.

## 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).

INESEM Instituto Europeo de Estudios Empresariales

**INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES**

Centro de Formación Superior de POSTGRADO INESEM

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 direccion General** | **Firma del alumno/a**

MARIA MORENO HIDALGO | **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 'Redes Sociales'
- Manual teórico 'Marketing Digital'
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Analítica Web'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'

## *profesorado y servicio de tutorías*

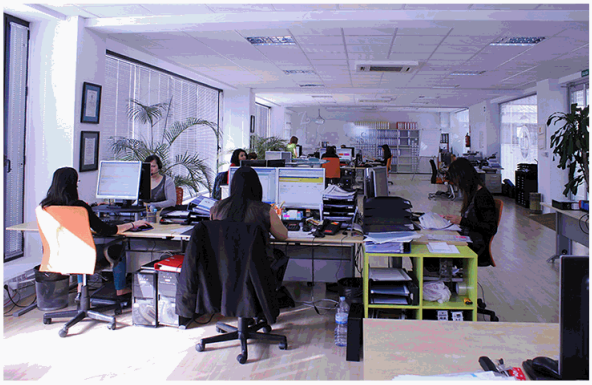
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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

+ Información Gratis

*programa formativo*

# MODULO 1. 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.Primero 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

+ Información Gratis

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

# MODULO 2. REDES SOCIALES

**UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERTO EN TECNOLOGÍAS DE LA WEB 2.0**

1.Origen de la Web 2.0
2.Principales características de la Web 2.0
3.Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
4.Ventajas de la Web 2.0
5.Nuevas tendencias: la Web 3.0

**UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERTO EN APLICACIONES WEB 2.0**

1.Introducción
2.Blogs, webs, wikis
3.Marcadores sociales
4.Aplicaciones en línea
5.Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
6.Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

**UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES Y WEB 2.0**

1.Medios sociales
2.Redes sociales
3.Blogs
4.Microblogging
5.Wikis
6.Podcast
7.Plataformas de vídeo
8.Plataformas de fotografía

**UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES**

1.Historia de las redes sociales
2.Definición de las redes sociales
3.Diccionario básico de las redes sociales
4.Servicios de redes sociales
5.Importancia e impacto social de las redes sociales
6.Profesiones de las redes sociales
7.Ventajas y desventajas de las redes sociales

**UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES**

1.Redes sociales generales
2.Redes sociales especializadas

**UNIDAD DIDÁCTICA 6. MOBILE SOCIAL MEDIA: LOS SMARTPHONES**

1.Los smartphones
2.El potencial del móvil para las redes sociales
3.Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales
4.Del Social Media al Social Media Móvil

**UNIDAD DIDÁCTICA 7. USO RESPONSABLE DE LAS REDES SOCIALES**

1.Introducción al uso responsable de las redes sociales
2.Aspectos a tener en cuenta ante una conexión en red
3.Menores e incapaces en las redes sociales

**UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES**

1.Servicios en las Redes Sociales
2.Protección de Datos de Carácter Personal

+ Información Gratis

3.Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4.Protección de la Propiedad Intelectual
5.Protección de los consumidores y usuarios
6.Delitos en las redes sociales

**UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA**

1.Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
2.Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3.Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4.Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5.Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6.Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7.Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

# MODULO 3. 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

**UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: 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 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

**UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM**

1.Introducción
2.Marketing relacional
3.Experiencia del usuario

+ Información Gratis

4.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

# MODULO 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

+ Información Gratis

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

# MÓDULO 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

+ Información Gratis

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.¿Como 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 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