



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Creatividad e Innovación en la Empresa + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster en Creatividad e Innovación en la Empresa + Titulación Universitaria

duración total: 1.500 horas **horas teleformación:** 750 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Este Master en Creatividad e Innovación en la Empresa le ofrece una formación especializada en la materia. Si tiene interés en aplicar sistemas de innovación en el entorno empresarial utilizando métodos de creatividad este es su momento, con el Master en Creatividad e Innovación en la Empresa podrá adquirir los conocimientos esenciales para desarrollar técnicas profesionales que le permitan innovar con éxito en el sector de empresas.



+ 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

- Aplicar la creatividad a la innovación.
- Conocer la teoría de restricciones.
- Realizar la técnica del brainstorming.
- Elaborar mapas mentales.
- Aplicar la técnica de SCAMPER.
- Conocer las estrategias corporativas dentro de la empresa.
- Aprovechar las oportunidades de innovación derivadas de la globalización.
- Aplicar procesos de innovación en productos y servicios.
- Conocer los aspectos clave sobre la creatividad innovadora.
- Conocer el papel de la innovación en la empresa.
- Aplicar las diferentes herramientas en la gestión de la innovación.
- Conocer la Innovación en la norma UNE 166.

para qué te prepara

El Master en Creatividad e Innovación en la Empresa le prepara para desempeñar técnicas y procesos que le ayuden a mejorar la innovación dentro del entorno empresarial gracias a procesos creativos que le ayudarán a tener éxito en este tipo de acciones.

salidas laborales

Sector empresarial / Creatividad / Innovación.

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 'Redes Sociales'
- Manual teórico 'Estrategias para la Evaluación de la Situación Empresarial en la Implantación de las T.I.C'
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Gestión de I+D'
- Manual teórico 'Creatividad para la Innovación'
- Manual teórico 'Desarrollo de la Creatividad e Innovación Empresarial y Profesional'



+ 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 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

PARTE 1. CREATIVIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DE APLICACIÓN DE LA CREATIVIDAD A LA INNOVACIÓN

- 1.Introducción a la imaginación y creatividad
- 2.Concepto y aplicación de la creatividad
- 3.¿Qué factores influyen para poder ser creativo?
- 4.Obstáculos a la creatividad
- 5.Beneficios de la creatividad
- 6.Etapas de la creatividad
- 7.Incentivos a la creatividad en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA TEORÍA DE RESTRICCIONES: TOC

- 1.Origen de TOC
- 2.Naturaleza y segmentos de la Teoría de Restricciones
- 3.Proceso de TOC
- 4.Tipología de recursos productivos
- 5.Las diferentes restricciones en la empresa
- 6.Metodología Drum, Buffer, Rope
- 7.Proceso para reforzar la organización
- 8.La consecución de objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TORMENTA DE IDEAS: BRAINSTORMING

- 1.La tormenta de ideas
- 2.Historial del Brainstorming
- 3.Generalidades del Brainstorming
- 4.La sesión de Brainstorming
- 5.Circunstancias y Consejos para la aplicación
- 6.Caso práctico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MAPAS MENTALES

- 1.Origen de los Mapas mentales
- 2.Proceso de interpretación de los Mapas Mentales
- 3.Conceptualización y elaboración de Mapas Mentales
- 4.Tipología de Leyes
- 5.Beneficios del Sistema Lineal de toma de notas
- 6.los Mapas Mentales aplicados a la gestión de proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONCEPTUALIZACIÓN Y APLICACIÓN DEL PENSAMIENTO LATERAL

- 1.Introducción
- 2.¿Qué es el Pensamiento lateral?
- 3.Aplicación del pensamiento lateral
- 4.Pensamiento lateral: Prácticas y técnicas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICA DE LAS RELACIONES FORZADAS O ANALOGÍA

- 1.Aplicación de las analogías
- 2.Origen y naturaleza del término analogía
- 3.Tipología de las analogías
- 4.Fases del proceso de realización de analogías
- 5.Consejos para la aplicación
- 6.Caso de estudio
- 7.Inventos realizados mediante las analogías

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIÓN DE LA TÉCNICA DE SCAMPER

- 1.La innovación incremental: Uso de SCAMPER
- 2.Usos y proceso de la Técnica SCAMPER

3. Interrogantes de la checklist
4. Fases y ejemplificación de SCAMPER

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICA DEL 6.3.5

1. Origen de la técnica 6.3.5
2. Naturaleza de la técnica 6.3.5
3. Aplicación de la técnica 6.3.5
4. Embalse de ideas: Think. Tank

PARTE 2. DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y PROFESIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO ESTRATÉGICO DE LA INNOVACIÓN

1. La innovación, las personas y la sociedad del conocimiento.
2. Estrategias competitivas.
3. I+D+i.
4. Políticas de apoyo.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INNOVACIÓN EN MERCADOS

1. Oportunidades de innovación derivadas de la globalización.
2. Como Inventar Mercados a través de la Innovación.
3. Nuevos Mercados, nuevas oportunidades.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Etapas de desarrollo y ciclos de vida.
2. Incorporación al mercado.
3. Metodologías de desarrollo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INNOVACIÓN EN PROCESOS

1. El proceso de la innovación.
2. Modelos de proceso de innovación.
3. Gestión de innovación.
4. Sistema de innovación.
5. Como reinventar las empresas innovando en procesos.
6. Innovación en Procesos a través de las TIC.
7. El Comercio Electrónico: innovar en los canales de distribución.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INNOVACIÓN EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

1. Innovación en los Procesos de Relación con el Cliente.
2. El cliente que participa en el negocio.
3. Social Media Marketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREATIVIDAD INNOVADORA

1. Pensamiento creativo.
2. Fases de la creatividad.
3. Búsqueda de nuevas ideas.
4. Técnicas de creatividad.
5. Gestión creativa de conflictos.

PARTE 3. GESTIÓN I+D

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INNOVACIÓN COMO NECESIDAD

1. La innovación como cromosoma empresarial
2. Objetivos de la estrategia innovadora
3. ¿Qué se considera innovación?
4. Tipos de innovación
5. Fuentes de la innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HACIA LA EMPRESA INNOVADORA

+ Información Gratis

- 1.La estrategia hacia la innovación
- 2.Liderazgo y motivación para la innovación
- 3.La mentalidad emprendedora
- 4.La gestión de proyectos
- 5.El Proceso de I+D+i

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ¿CÓMO SE GESTIONA LA INNOVACIÓN?

- 1.Definición de la gestión de la innovación
- 2.Concepto y tipos de innovación
- 3.Fundamentos de la innovación tecnológica
- 4.El proceso de I+D+i y modelos de gestión
- 5.Agentes, actividades y técnicas de gestión de la innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CASO PARTICULAR DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- 1.¿Qué se considera innovación tecnológica?
- 2.Tipología de la tecnología
- 3.La innovación tecnológica en la empresa
- 4.Implantación de un Plan de Actuación Tecnológico
- 5.Transferencia tecnológica

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VIGILANCIA TECNOLÓGICA

- 1.Tipos de vigilancia tecnológica
- 2.Aspectos esenciales de la vigilancia tecnológica
- 3.Búsqueda de información
- 4.Implantación de la vigilancia tecnológica

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTUDIO DE LA TENDENCIA TECNOLÓGICA

- 1.Introducción
- 2.Concepto y nociones esenciales de la prospectiva tecnológica
- 3.Tipología de técnicas para la prospectiva tecnológica
- 4.Requisitos de implantación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DESING THINKING

- 1.Concepto de Design Thinking
- 2.Áreas de aplicación y potenciales beneficios
- 3.Creatividad y desarrollo de nuevos productos
- 4.Premisas Fundamentales
- 5.El proceso de innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA I+D+i. UNE 16602

- 1.Introducción
- 2.Sistema de gestión de la I+D+i
- 3.Objetivos y planificación de I+D+i
- 4.Soporte a la I+D+i
- 5.Desarrollo de proyectos I+D+i
- 6.Evaluación del desempeño del sistema de gestión.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CERTIFICACIÓN DE UN PROYECTO DE I+D+i

- 1.¿Qué es un proyecto de I+D+i?
- 2.Certificaciones de proyectos de I+D+i
- 3.Organismos certificadores
- 4.¿Cómo conseguir la certificación?
- 5.Ventajas de certificar el proyecto de I+D+i

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FINANCIACIÓN DE PROYECTOS

- 1.Búsqueda de canales de financiación
- 2.Financiación pública
- 3.Financiación privada
- 4.Métodos alternativos de financiar la innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PROPIEDAD INTELECTUAL. CONCEPTO DE AUTOR

1. Concepto de autor
2. Derechos de autor
3. Supuestos especiales de autoría

UNIDAD DIDÁCTICA 12. REGISTROS DE OBRAS Y PROTECCIÓN PREVENTIVA

1. Introducción
2. Registro General de la Propiedad Intelectual
3. Registros privados de propiedad intelectual
4. Símbolos o indicativos de la reserva de derechos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PATENTES, DISEÑOS INDUSTRIALES Y MODELOS DE UTILIDAD

1. Requisitos de una patente
2. Clases de patentes
3. Procedimiento de registro de patentes
4. Diseños industriales
5. Modelos de utilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. OPEN INNOVATION

1. Definición y beneficios de la Open Innovation.
2. Nuevas oportunidades de negocio. Aprovechamiento
3. Clúster y su relación con la Open Innovation
4. Innovación Inversa
5. Oportunidades de innovación y la glocalización

PARTE 4. ESTRATEGIAS PARA LA EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN EMPRESARIAL EN LA IMPLANTACIÓN DE LAS TIC

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS REDES LAN E INTERNET

1. Introducción histórica
2. Aspectos generales
3. La red
4. Internet Explorer
5. Páginas web
6. Red local (LAN)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA INDUSTRIAL

1. La venta personal o de contacto
2. El teléfono
3. Correo
4. Internet
5. Venta por medio de terceros
6. Exposiciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS RELACIONADAS CON LAS COMUNICACIONES

1. Correo electrónico
2. Foros
3. Chat
4. Pizarra
5. Páginas personales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGURIDAD EN INTERNET

1. Principales problemas del almacenamiento del sistema de información (stic)
2. Amenaza y vulnerabilidad
3. Importancia del factor humano

- 4.Amenazas a las transmisiones
- 5.Amenazas en internet: malware
- 6.Crimen telemático organizado
- 7.Ataque combinado
- 8.Seguridad en los ordenadores
- 9.Seguridad perimetral
- 10.Seguridad Wireless
- 11.Herramientas de seguridad
- 12.Inspecciones de seguridad
- 13.Gestión de incidentes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE SERVICIOS Y MECANISMOS DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

- 1.Servicios y mecanismos de seguridad
- 2.Disciplinas de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE RIESGOS

- 1.Definición y clasificación
- 2.Actividades
- 3.Estimación de riesgos
- 4.Lista de comprobación de elementos de riesgo
- 5.Análisis de riesgos
- 6.Evaluación de riesgos
- 7.Herramientas de alta dirección para la gestión: RISK MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOBIERNO DE LAS TIC

- 1.Introducción
- 2.La necesidad de cambio del rol de TIC
- 3.Necesidad de gobierno de TIC
- 4.COBIT y gobierno de TIC
- 5.Gobierno de la organización y gobierno de TIC
- 6.Proceso de implantación de gobierno TIC

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ADMINISTRACIÓN DE LA TI Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL CAMBIANTE PANORAMA DE LAS AMENAZAS

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL CORREO NO DESEADO

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GESTIÓN DE ACTIVOS INFORMÁTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 12. HERRAMIENTAS PARA EL INVENTARIO DE SOFTWARE Y ADMINISTRACIÓN DE ACTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 13. GESTIÓN DE REDES DE ALMACENAMIENTO

- 1.Definición de SAN
- 2.Antecedentes
- 3.Características
- 4.Ventajas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. EL SOFTWARE LIBRE

- 1.El software libre como motor de la revolución tecnológica
- 2.GNU/ LINUX y software libre: la nueva alternativa tecnológica del futuro
- 3.El software libre llega a las grandes organizaciones
- 4.El respaldo de grandes compañías
- 5.La administración pública apuesta por el OPEN SOURCE
- 6.Iniciativas de algunos gobiernos hacia el software libre
- 7.El proyecto virtual MAP
- 8.El proyecto LINEX

PARTE 5. 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. Primeros 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
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

PARTE 6. 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
- 3.Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
- 4.Protección de la Propiedad Intelectual
- 5.Protección de los consumidores y usuarios

+ Información Gratis

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