



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en eCommerce y Turismo

+ Información Gratis

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

Máster en eCommerce y Turismo

duración total: 1.500 horas

horas teleformación: 750 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El comercio electrónico un elemento que no puede faltar nunca en nuestro negocio. La adaptación a la era digital es, sin duda, algo imprescindible en nuestra empresa para poder competir con las marcas del sector.

Aprende qué es el comercio electrónico, cómo crear contenido de calidad en tu web para posicionarla correctamente, cómo publicitarte en los principales buscadores y analizar los resultados de tus acciones. También aprenderás a crear tu espacio web con WordPress y Prestashop, de esta forma podrás poner en marcha tu modelo de negocio sin problemas una vez hayas concluido.

El Máster en eCommerce y Turismo también te ofrece conocimientos sobre la creación de empresas, desde el análisis de oportunidades en el sector hasta el análisis de rentabilidad y viabilidad del negocio.



+ 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 el entorno eCommerce para rentabilizar productos o servicios
- Aprender a crear contenido optimizado para los buscadores (SEO)
- Realizar campañas publicitarias en internet y analizar los datos obtenidos
- Aprender a crear una empresa analizando las oportunidades del sector basándose en un plan de negocio
- Crear una página web con Wordpress y Prestashop

para qué te prepara

El Máster en eCommerce y Turismo te prepara para crear tu empresa desde cero adaptada al mercado digital.

Tras finalizar el programa el alumnado será capaz de identificar su público objetivo y optimizar su negocio y su web para enfocar las acciones de captación de clientes y obtener el máximo de conversiones posibles y también para aplicar técnicas de gestión para el negocio turístico a través de marketing turístico y revenue management.

salidas laborales

Con este Máster en eCommerce y Turismo saldrás preparado para afrontar responsabilidades en los departamentos de planificación y gestión de ventas, marketing, revenue management, negociación o transporte en empresas turísticas y también en cualquier otro tipo de empresas relacionadas así como para las posiciones de gerente, asesor y consultor empresarial o jefe de compras.

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 'Creación de Empresas'
- Manual teórico 'SEO on Page'
- Manual teórico 'SEO Off Page'
- Manual teórico 'Estrategia de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Gestores de Contenido CMS: Wordpress y Prestashop'
- Manual teórico 'E-Commerce'
- Manual teórico 'SEM'
- Manual teórico 'SEO Especializado'
- Manual teórico 'Revenue Management'
- Manual teórico 'Análítica Web y Big Data'
- Manual teórico 'Marketing en Empresas Turísticas'



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. E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES PLATAFORMAS

1. Principales plataformas
2. Gestión estratégica
3. Plataformas del código abierto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO

1. Introducción al Diseño Web
2. Accesibilidad
3. Usabilidad
4. Responsive Design
5. Home
6. Categorías
7. Fichas de Producto
8. Carrito de la compra y checkout
9. Principales herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PASARELAS DE PAGO

1. Confianza, privacidad y seguridad
2. Principales formas de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO LEGAL

1. Ley de Ordenación del Comercio Minorista
2. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
3. Reglamento General de Protección de Datos
4. Ley de Consumidores
5. SmartContracts

MÓDULO 2. SEO ON PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB

1. Estructura de una web
2. Optimización de Etiquetas Meta: Screaming Frog SEO Spider
3. Enlazado interno
4. Sitemap.xml
5. Archivo Robot.txt
6. Optimización multimedia
7. Accelerated Mobile Pages- AMP
8. Google Search Console

+ Información Gratis

- 9. SEO en HTML, CSS y Java Script
- 10. Extensiones para Chrome
- 11. Migraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. 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 5. 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
- 7. Análisis de la taxonomía web

MÓDULO 3. SEO OFF PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO

- 1. Backlinks y linkjuice
- 2. Consideraciones de los enlaces entrantes
- 3. Nofollow vs. dofollow
- 4. Análisis de enlaces: SEMrush, Ahrefs y Screaming Frog

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LINKBUILDING

- 1. Características fundamentales de Linkbuilding
- 2. Tipos de enlaces
- 3. Principales técnicas de linkbuilding
- 4. Estrategia de linkbuilding orgánico
- 5. Linkbuilding con Ahrefs
- 6. Autorización y desautorización de enlaces con Search Console

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKBAITING

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

MÓDULO 4. SEO ESPECIALIZADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESCENARIOS SEO

- 1. SEO local

- 2.SEO internacional
- 3.SEO para apps: ASO
- 4.SEO para Amazon Marketplace
- 5.SEO en Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A WORDPRESS

- 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. SEO PARA WORDPRESS

- 1.Instalación y configuración inicial
- 2.Los títulos y las metaetiquetas
- 3.Estrategia social
- 4.Sitemaps
- 5.Permalinks
- 6.Las rutas de exploración
- 7.Modificación de RSS
- 8.Bulk Editor de títulos y descripciones
- 9.Editor de archivos
- 10.Aplicación SEO en posts y páginas

MÓDULO 5. ANALÍTICA WEB Y BIG DATA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?

- 1.Introducción
- 2.La Analítica Web: Un reto cultural
- 3.¿Qué puede hacer la analítica web por ti o tu empresa?
- 4.Glosario de Analítica Web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA WEB BÁSICA: INTRODUCCIÓN

- 1.La analítica web en la actualidad
- 2.Definiendo la analítica web
- 3.El salto a la analítica web moderna

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUANTITATIVA

- 1.Identificar los factores críticos
- 2.Otros factores que conviene medir
- 3.Las macro y microconversiones
- 4.Medir el valor económico
- 5.Sitios sin comercio: valores a medir
- 6.Medición de sitios BB

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUALITATIVA

- 1.Introducción
- 2.La usabilidad Web
- 3.Pruebas Online y a Distancia
- 4.Las encuestas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN DE KPIS

- 1.Definición de KPIs
- 2.KPI, CSF y metas

- 3.Principales KPIS
- 4.Ejemplos de KPIS
- 5.Supuesto práctico: Cálculo de KPI con Excel

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CI: INTELIGENCIA COMPETITIVA

- 1.Introducción
- 2.Recopilar datos de Inteligencia Competitiva
- 3.Análisis del tráfico de sitios web
- 4.Búsquedas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANALÍTICA WEB 2.0. MÓVILES Y VÍDEOS

- 1.Introducción
- 2.La nueva web social y como medir datos
- 3.Las aplicaciones
- 4.Analizar el comportamiento desde el móvil
- 5.Analizar el rendimiento de los vídeos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB 2.0. REDES SOCIALES

- 1.Análisis de Blogs
- 2.Coste y beneficios de escribir en un blog
- 3.Nuestro impacto en Twitter
- 4.Métricas para Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROBLEMAS Y SOLUCIONES DE LA ANALÍTICA WEB

- 1.La calidad de los datos
- 2.Obtener datos válidos
- 3.¿En qué basarnos para la toma de decisiones?
- 4.Beneficios de análisis multicanal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MÁS ALLÁ DE LOS DATOS

- 1.Segmentación en base al comportamiento
- 2.Predicción y minería de datos
- 3.Rumbo a la analítica inteligente

UNIDAD DIDÁCTICA 11. DEL BIG DATA AL LINKED OPEN DATA

- 1.Concepto de web semántica
- 2.Linked Data Vs Big Data
- 3.Lenguaje de consulta SPARQL

MÓDULO 6. 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 7. SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

- 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 2. 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 3. PUBLICIDAD EN DISPLAY

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUBLICIDAD PARA MÓVILES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD EN SHOPPING

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

MÓDULO 8. CREACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

- 1.Evaluación del potencial emprendedor
- 2.Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa
- 3.Empoderamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE EMPRESA

- 1.Identificación de oportunidades e ideas de negocio
- 2.Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
- 3.Análisis del entorno de la empresa

4. Análisis de decisiones previas

5. Plan de acción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EMPRESAS

1. Planificación y marketing

2. Determinación de la cartera de productos

3. Gestión estratégica de precios

4. Canales de comercialización

5. Comunicación e imagen de negocio

6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EMPRESAS

1. Características y funciones de los presupuestos

2. El presupuesto financiero

3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales

4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales

5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales

6. Memoria

7. Ejercicio Resuelto. Cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio Neto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN UNA EMPRESA

1. Componentes básicos de una empresa: Recursos Materiales y Humanos

2. Sistemas: planificación, organización, información y control

3. Recursos económicos propios y ajenos

4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa

5. La estructura organizativa de la empresa

6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa

7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios

8. Control de gestión de la empresa

9. Identificación de áreas críticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O EMPRESA

1. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes

2. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa

3. Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR

4. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero

5. Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE UNA EMPRESA

1. Clasificación de las empresas

2. Tipos de sociedades mercantiles más comunes en empresas

3. La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social

4. La elección de la forma jurídica de la empresa

5. Ejercicio Resuelto: Obligaciones contables y fiscales de las Empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio

2. Previsión y planificación económica

3. La búsqueda de financiación

4. Presentación del plan de negocio y sus fases

5. Instrumentos de edición y presentación de la información

6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros

7. Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UNA EMPRESA

1. Trámites de constitución según la forma jurídica

2. La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores

- 3.Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas
- 4.Los registros de propiedad y sus funciones
- 5.Los seguros de responsabilidad civil en empresas
- 6.Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE

MÓDULO 9. GESTORES DE CONTENIDO CMS: WORDPRESS Y PRESTASHOP

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.Gestores de Contenido

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS BÁSICOS DE WORDPRESS

- 1.Definición y conceptos de un blog
- 2.Definición y utilización de Wordpress
- 3.WordPresscom y WordPressorg: Similitudes y diferencias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. UTILIZACIÓN DE WORDPRESS.COM

- 1.Primeros pasos
- 2.Estructura de WordPresscom
- 3.Creación de contenidos
- 4.Subida de medios audiovisuales a un post
- 5.Utilización de enlaces
- 6.Diseño, elaboración y estructura
- 7.Configuración de ajustes y usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLATAFORMA WORDPRESS.ORG

- 1.Instalación de WordPressorg
- 2.Servidor de WordPressorg
- 3.Creación de espacios web
- 4.Creación y diseño de bases de datos
- 5.Descarga y utilización de WordPressorg
- 6.Configuración del servidor FTP
- 7.Instalación de WordPressorg

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONFIGURACIÓN DE WORDPRESS.ORG

- 1.Ajustes de configuración general
- 2.Ajustes de configuración de escritura
- 3.Ajustes de configuración de lectura
- 4.Ajustes de configuración de contenidos
- 5.Ajustes de configuración multimedia
- 6.Ajustes de configuración de privacidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN Y AGREGACIÓN DE CONTENIDOS I

- 1.Agregación de entradas I
- 2.Agregación de entradas II
- 3.Utilización de multimedia en la entrada I
- 4.Utilización de multimedia en la entrada II
- 5.Configuración del menú multimedia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CREACIÓN Y AGREGACIÓN DE CONTENIDOS II

- 1.Clasificación del contenido en categorías
- 2.Utilización de etiquetas
- 3.Utilización de enlaces
- 4.Utilización de comentarios
- 5.Configuración de páginas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FUNCIONES AVANZADAS

- 1.Revisión del contenido y utilización de papeleras

- 2.Herramientas avanzadas I
- 3.Herramientas avanzadas II
- 4.Tipos de usuarios
- 5.Configuración de los perfiles de usuario
- 6.Creación de avatares

UNIDAD DIDÁCTICA 9. UTILIZACIÓN DE PLANTILLAS

- 1.Instalación y utilización de Temas I
- 2.Instalación y utilización de Temas II
- 3.Utilización de los menús
- 4.Configuración del fondo y las cabeceras
- 5.Definición y aplicación de los widgets
- 6.Edición y estructura de plantillas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. UTILIZACIÓN DE PLUGINS

- 1.Introducción a los plugins
- 2.Instalación
- 3.Tipos de plugins
- 4.Conceptos básicos sobre el plugin sociable
- 5.Introducción al plugin Flash Gallery

UNIDAD DIDÁCTICA 11. OPTIMIZACIÓN DE WORDPRESS

- 1.Conceptos básicos
- 2.Selección de una URL y un título para el blog
- 3.Elaboración y navegación del mapa Web
- 4.Control de contenidos duplicados
- 5.Optimización de recursos gráficos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL CON PRESTASHOP.

- 1.Introducción a la tienda virtual
- 2.Tipo de nombres de dominio Como elegir un nombre
- 3.Tipos de Hosting Web Como elegir un Hosting
- 4.Contratación de Dominios y Hosting web
- 5.Instalación de Prestashop
- 6.Personalización del aspecto de Prestashop mediante plantillas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL I

- 1.Introducción al comercio virtual
- 2.Configuración General
- 3.Categorías / Productos
- 4.Módulos de pago
- 5.Módulos de envío
- 6.Clientes y Pedidos
- 7.Configuración de los usuarios
- 8.Copias de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL II

- 1.Atributos de productos
- 2.Grupo de precios
- 3.Impuestos IVA
- 4.Idiomas y traducciones
- 5.Monedas
- 6.Operaciones con módulos
- 7.Importar datos de productos
- 8.Actualización de la versión

UNIDAD DIDÁCTICA 15. CÓMO CONSEGUIR MÁS CLIENTES

- 1.Exponer adecuadamente los productos en la tienda virtual

- 2.Posicionamiento en Google y optimización SEO
- 3.Pago por clic Google Adword
- 4.Promoción en redes sociales
- 5.Analizar la rentabilidad de las acciones de marketing

MÓDULO 10. MARKETING EN EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO

- 1.El mercado turístico
- 2.Investigación de mercado turístico
- 3.Política de mercado
- 4.El producto turístico
- 5.El consumidor turístico
- 6.Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

- 1.Definición y ventajas
- 2.Características del plan
- 3.Estructura del plan de marketing
- 4.Etapas para elaborar un plan de marketing
- 5.El plan de promoción de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING Y VENTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- 1.Marketing del producto turístico
- 2.Comercialización del producto turístico
- 3.Distribución del producto turístico
- 4.Imagen y publicidad
- 5.Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

- 1.Introducción
- 2.Formas del marketing online
- 3.El marketing como filosofía o cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

- 1.Marketing digital vs Marketing tradicional
- 2.Investigación comercial en marketing digital
- 3.Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
- 4.Estrategia de marketing digital
- 5.Marketing estratégico en Internet

MÓDULO 11. REVENUE MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

- 1.Concepto y tipología del entorno
- 2.Análisis del entorno general PEST/EL
- 3.Análisis del entorno específico
- 4.Análisis de PORTER
- 5.Grado de rivalidad existente entre los competidores
- 6.Amenaza de entrada de nuevos competidores
- 7.Amenaza de productos sustitutivos
- 8.Poder de negociación de los clientes

9.Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

- 1.El concepto de revenue management
- 2.El revenue manager en el organigrama de la empresa
- 3.Los ratios
- 4.Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

- 1.Planteamiento estratégico
- 2.Análisis y gestión del valor de los clientes
- 3.El calendario de demanda
- 4.Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

- 1.Medición de la eficacia del revenue management
- 2.Gestión de costes y precio
- 3.Criterios de distribución de costes
- 4.El pricing: fijación estratégica de precios
- 5.Aplicaciones informáticas del Revenue Management
- 6.Medición de la eficacia del revenue management
- 7.Gestión de costes y precio
- 8.Criterios de distribución de costes
- 9.El pricing: fijación estratégica de precios
- 10.Aplicaciones informáticas del Revenue Management

MÓDULO 12. PROYECTO FIN DE MÁSTER