INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Periodismo y Comunicación Digital + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster en Periodismo y Comunicación Digital + Titulación Universitaria

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

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Internet se ha consolidado fuertemente como medio de comunicación, por lo que es necesario ofrecer una formación adaptada a la nueva era de la información que la Web ha inaugurado. Debido a los recursos que ofrecen los medios digitales, se van a requerir una serie de conocimientos y habilidades que distan mucho del periodismo tradicional que se ha venido desarrollando. Con el presente Master en Periodismo y Comunicación Digital se pretende profundizar en los aspectos básicos de redacción y edición de noticias en los medios digitales, además de ampliar los horizontes y puntos de vista del periodista online a través de las herramientas que otras disciplinas como la publicidad y el marketing ponen a su alcance.

a quién va dirigido

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

objetivos

Los objetivos a conseguir por el alumnado de este Máster Periodismo son los siguientes:
- Conocer en profundidad los nuevos medios digitales y las posibilidades que ofrecen los mismos en su labor de periodista online.
- Aprender a manejar los elementos que intervienen en el diseño y producción de una publicación digital.
- Aprender a tratar los contenidos y las nuevas fuentes de información, y a emplearlos para enriquecer sus noticias.
- Conocer otros campos interrelacionados con el periodismo que amplíen sus conocimientos y desarrollen sus aptitudes sobre el sector, como son el marketing y la publicidad entre otros.

para qué te prepara

El Master Periodismo y Comunicación Digital ofrece a los alumnos la formación adecuada para que sean capaces de elaborar noticias multimedia. Capacitará para usar las herramientas que la Web pone a su disposición. También te preparará para saber tratar las nuevas fuentes de información o cómo sacar el máximo partido a una noticia para que ésta sea llamativa. Aprenderás a usar recursos como imágenes o sonidos, elaboración de portadas, etc.

salidas laborales

Tras realizar este Máster Periodismo podrás trabajar como redactor periodístico. Dedícate al periodismo, los medios de comunicación, o trabaja en editoriales.

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 'Técnicas Publicitarias'
- Manual teórico 'Periodismo Digital'
- Manual teórico 'Marketing Digital'
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Creación de Portales Web con Joomla + SEO Profesional'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'
- Manual teórico 'Redacción Periodística'

Cuaderno
de Ejercicios
Manual
de Alumno
INESEM
FORMACIÓN
CONTINUA.EU

profesorado y servicio de tutorías

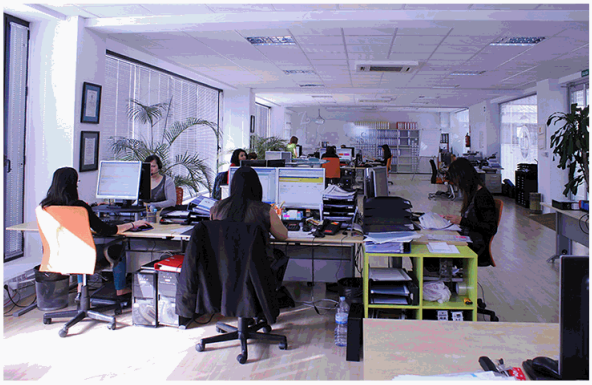
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado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

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PERIODISMO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO
UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES: DIGITALIZACIÓN DE LOS MASS MEDIA
UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSTRUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LA REALIDAD EN LA ERA DIGITAL
UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET: CREDIBILIDAD Y VERACIDAD
UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SEO EN PRENSA DIGITAL
UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN DE CONTENIDOS COMO TRABAJO PERIODÍSTICO
UNIDAD DIDÁCTICA 7. PERIODISMO Y PODCASTING
UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN Y RETRANSMISIÓN DE EVENTOS ON-LINE
UNIDAD DIDÁCTICA 9. GABINETE DE PRENSA EN LA ERA DIGITAL
UNIDAD DIDÁCTICA 10. PERIODISMO Y REDES SOCIALES
UNIDAD DIDÁCTICA 11. FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL
UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE IMAGEN EN PERIODIS

PARTE 2. REDACCIÓN PERIODÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

1.Concepto de redacción periodística
- 1.- El orden de la redacción periodística
- 2.- Determinar los contenidos

2.El periodismo
- 1.- Mensaje periodístico
- 2.- Información periodística

3.Función social del periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LENGUAJE Y ESTILO PERIODÍSTICO

1.El lenguaje periodístico
- 1.- Nivel morfosintáctico
- 2.- Nivel léxico-semántico
- 3.- Interpretación de la realidad

2.Análisis periodístico
- 1.- Análisis de la forma
- 2.- Análisis de contenidos
- 3.- El acontecimiento
- 4.- La actualidad
- 5.- Periodicidad y universalidad

3.Manuales de estilo
- 1.- Literatura y periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. VALORES Y ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

1.La noticia
- 1.- El lenguaje de la noticia
- 2.- Tipos de noticias

2.Valores noticiosos

3.Estructura de la noticia
- 1.- Jerarquía de las noticias
- 2.- La estructura externa de la noticia
- 3.- El cuerpo de la noticia
- 4.- La estructura interna de la noticia

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

1.Agencias de información

1.- Principales agencias de información
2.- Organización del trabajo
2.Fuentes informativas
1.- Tipos de fuentes
2.- La atribución
3.El tratamiento de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1.Origen de los géneros periodísticos
2.Género periodístico informativo: la información
1.- Diagrama de la información
3.Género periodístico interpretativo: el reportaje
1.- La entrevista
2.- Opinión
3.- Otros géneros periodísticos interpretativos
4.Género periodístico híbrido: la crónica

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ESTILO PERIODÍSTICO

1.Rasgos diferenciales del estilo periodístico
2.El estilo informativo
1.- Concisión
2.- Claridad
3.- Captar la atención
3.El estilo editorializante
4.El estilo ameno

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS PARA LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

1.Estilo y lenguaje periodístico
1.- Estilos
2.Técnicas para la obtención de la información
3.Redacción periodística en relación a los géneros
4.Formas discursivas en la redacción periodística
5.Redacción periodística en otros medios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL LENGUAJE, LA NARRACIÓN Y SUS TÉCNICAS

1.El lenguaje periodístico
1.- Nivel morfosintáctico
2.- Nivel léxico-semántico
3.- Errores más frecuentes en la redacción periodística
2.El lenguaje en los titulares
3.El orden de las palabras y de las frases. Hipérbaton y elipsis
4.Puntuación, cacofonía y rima
5.El género
6.Los verbos
1.- Errores en el uso del infinitivo
2.- Normas de uso del gerundio
3.- Perífrasis verbales innecesarias

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL TRABAJO DEL/A REDACTOR/A

1.La figura del/a redactor/a
2.Valoración de las noticias
3.Trabajo literario del redactor. Aspectos más destacados
1.- Reelaboración y documentación de textos
2.- Síntesis y condensación
3.- Titulación
4.- Pies de fotografías

+ Información Gratis

5.- Servicio de teletipo
6.- Secciones de los lectores

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN ANTE SU NUEVO ESCENARIO

1.Evolución histórica de la Sociedad de la Información
2.Definición de Sociedad de la Información
3.Las repercusiones de las nuevas tecnologías
4.Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
5.Internet como herramienta relevante en la Sociedad de la Información
1.- Servidores de acceso a la información
2.- Comunicación en tiempo real

PARTE 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
9.NIDAD DIDÁCTICA 3. 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 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
6.NIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM
7.Introducción
8.Marketing relacional
9.Experiencia del usuario
10.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

PARTE 4. 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

+ Información Gratis

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
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 5. EXPERTO EN TÉCNICAS PUBLICITARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1.La comunicación comercial
2.El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de venta el marketing directo
3.La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

1.Definición de Publicidad
2.Procesos de Comunicación Publicitaria
3.Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

1.Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa
2.Funciones del Departamento de Publicidad
3.Determinación del presupuesto publicitario
4.La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

1.La Agencia de Publicidad
2.Organigrama de una Agencia Publicitaria
3.Clasificación de las Agencias
4.El fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1.Concepto y clasificación
2.Medios Publicitarios
3.Internet y Publicidad
4.Animación y Marketing
5.Telemarketing
6.Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1.Introducción
2.El cliente actual
3.El cliente potencial
4.Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

1.El entorno de las Organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1.El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
2.Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores
3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
3.Las estrategias de cobertura del mercado
4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

1.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
2.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
3.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
4.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

1.Componentes de un sistema de información de marketing
2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
3.Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

PARTE 6. CÓMO CREAR UN PERIÓDICO DIGITAL CON JOOMLA + SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A JOOMLA!

1.¿Qué es Joomla!?
2.¿Qué es un CMS?
3.Características y versiones
4.Historia del proyecto
5.Novedades en Joomla!

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTALAR JOOMLA EN LOCAL

1.Descarga del pack
2.Instalación de Xampp
3.Comprobar la instalación de Xampp
4.Instalar Joomla!

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELEMENTOS BÁSICOS DE JOOMLA

+ Información Gratis

1.Front-end y back-end
2.Panel de control
3.Parámetros del sitio
4.Parámetros del sistema
5.Parámetros del servidor
6.Permisos
7.Filtros de textos.
8.Barra de herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CATEGORÍAS Y ARTÍCULOS

1.Jerarquía de Joomla
2.Crear y editar categorías
3.categorías anidadas
4.Barra de herramientas
5.Proceso por Lotes
6.Editor TinyMCE
7.Crear y editar artículos
8.Opciones del artículo
9.Información de metadatos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ARTÍCULOS Y MENÚS

1.Insertar imágenes en artículos
2.Insertar videos en artículos
3.Insertar mis videos y mis imágenes en artículos
4.Insertar puntos de ancla
5.Propiedades del menú
6.Proceso por lotes de menú

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TIPOS DE MENÚS

1.Tipos de menús
2.Artículos
3.Buscar
4.Búsqueda inteligente
5.Canales electrónicos
6.Contactos
7.Enlaces del sistema
8.Etiquetas
9.Gestor de la configuración
10.Privacidad
11.URL embebida
12.Usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTACTOS, NOTICIAS EXTERNAS, ENLACES EXTERNOS

1.Contactos
2.Servidores de anuncios externos
3.Redirecciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MÓDULOS

1.Gestor de módulos
2.Descripción
3.Crear y Editar un módulo
4.Módulos por defecto
5.Menú
6.Modulo personalizado

UNIDAD DIDÁCTICA 9. USUARIOS Y PERMISOS

1.Tipos de usuarios

2.Registro y recuperar contraseña
3.Gestor de usuarios
4.Crear y Editar un grupo usuario
5.Crear y Editar un usuario
6.Usuarios registrados - Modificar artículos
7.Menú de usuario
8.Notas de Usuario.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN DE EXTENSIONES

1.Extensiones
2.Gestor de extensiones
3.Instalar una extensión
4.Gestor de plugins
5.Diferentes tipos de Plugin
6.Gestor de idiomas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLANTILLAS Y GESTOR MULTIMEDIA

1.Estructura de una plantilla
2.Descargar plantillas
3.Instalar plantillas
4.Gestor de plantillas
5.Editar plantillas
6.Gestor multimedia

UNIDAD DIDÁCTICA 12. MIGRAR JOOMLA 3 A UN SERVIDOR REMOTO

1.Realizar copia de seguridad
2.Darse de alta en un servidor gratuito
3.Importar la base de datos a un servidor remoto.
4.Conexión de la web con la base de datos.

PARTE 7. 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
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

PARTE 8. PRÁCTICA FINAL. REDACCIÓN DE NOTICIAS Y PUBLICACIÓN COMO COLUMNISTA EN UN PERIÓDICO DIGITAL: EUROINNOVA NEWS