



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster Growth Hacking Manager: Experto en Desarrollos Virales + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster Growth Hacking Manager: Experto en Desarrollos Virales + Titulación Universitaria

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

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En un entorno digital evolucionando a pasos agigantados, el dominio del Growth Hacking resulta esencial para quienes buscan impulsar estrategias de crecimiento exponencial. Nuestro Master Growth Hacking Manager se suma a la vanguardia formativa con un contenido integral y actualizado, abarcando desde Marketing Digital hasta Social Media Management.

Cubriendo las vertientes más innovadoras del marketing, como SEMrush para análisis SEO/SEM, Facebook Ads para publicidad dirigida, y prácticas de retargeting enfocadas en conversiones, este curso online proporciona un abanico de competencias digitales imprescindibles. Profundizamos también en la analítica web crítica para la toma de decisiones estratégicas y el marketing de afiliación, para optimizar las alianzas comerciales.

Además, las soft skills no quedan al margen; competencias comunicativas y manejo de la firma digital se incluyen para un perfil completo. Con un acercamiento flexible y adaptable a las dinámicas actuales, este curso es un escenario idóneo para la transformación en un experto sought-after en desarrollos virales y gestión de comunidades online.

Optar por este programa es elegir una formación que no solo capacita en herramientas y metodologías punteras sino que también fortalece la visión estratégica y creativa necesaria para sobresalir en el mundo digital actual.

+ 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

- Dominar SEO y analítica web.
- Ejecutar campañas efectivas en Facebook Ads.
- Utilizar SEMrush para análisis competitivo.
- Gestionar programas de afiliación con éxito.
- Implementar estrategias de retargeting.
- Mejorar habilidades de comunicación digital.
- Administrar comunidades en redes sociales.

para qué te prepara

El curso "Master Growth Hacking Manager: Experto en Desarrollos Virales" te prepara para ser un estratega digital de vanguardia. Dominarás el arte de impulsar marcas mediante marketing digital y Facebook Ads. Aprenderás a utilizar SEMRush para posicionar con eficiencia, mientras que en marketing de afiliación, descubrirás cómo monetizar tu presencia online. Conocerás técnicas de retargeting para captar la atención de audiencias previas y analizarás métricas web para optimizar estrategias. Además, te convertirás en un experto community manager y gestor de social media, habilidades esenciales para el éxito empresarial en la era digital.

+ Información Gratis

salidas laborales

El Master en Growth Hacking Manager: Experto en Desarrollos Virales abre variadas salidas laborales. Dominarás Marketing Digital, Facebook Ads, SEMrush, y el arte del Marketing de Afiliación. Serás un maestro del Retargeting, con habilidades en Comunicación y Firma Digital. Tu manejo de Analítica Web será fundamental para optimizar estrategias. Podrás liderar como Community Manager, o brillar en el Social Media Management, impulsando marcas al éxito en el dinámico mundo digital.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General



MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Marketing Digital'
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Análítica Web'
- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'Facebook Ads'
- Manual teórico 'Competencias, Comunicación y Firma Digital'



+ Información Gratis

profesorado y servicio de tutorías

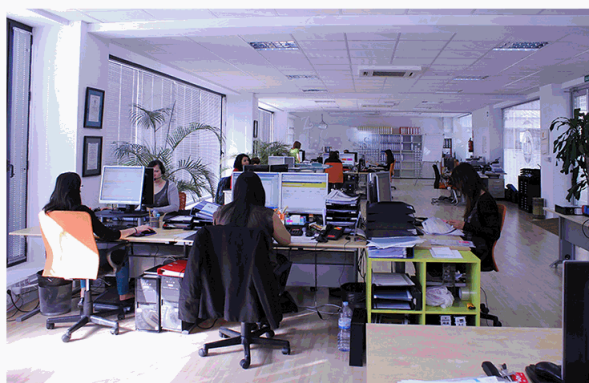
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. 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
- 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

+ Información Gratis

- 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 2. FACEBOOK ADS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FACEBOOK ADS I

- 1.Publicidad Digital
 - 1.- Conceptos básicos de la Publicidad Digital
 - 2.- Conceptos avanzados de la Publicidad Digital
- 2.Anuncios de Facebook
 - 1.- Principales características de los anuncios
 - 2.- Apariencia y ubicación de los anuncios
 - 3.- ¿Cuánto cuestan los anuncios de Facebook?
- 3.Anuncios desde la página de Facebook
 - 1.- Anunciar página
 - 2.- Anunciar negocio local
 - 3.- Anunciar publicación
 - 4.- Anunciar sitio web: aumentar visitas
 - 5.- Anunciar sitio web: aumentar las conversiones
- 4.Administrador de Anuncios
 - 1.- Acceder al Administrador de Anuncios
 - 2.- Personalizar Administrador de Anuncios
- 5.Power Editor
 - 1.- ¿Qué es Power Editor?
 - 2.- Principales características de Power Editor
 - 3.- Crear anuncios desde Power Editor
 - 4.- Gestión de anuncios en Power Editor
- 6.Business Manager
 - 1.- ¿Qué es Business Manager?
 - 2.- Principales configuraciones con Business Manager
 - 3.- Gestión de páginas, cuentas publicitarias y personas en Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FACEBOOK ADS II

- 1.Facturación y pagos
 - 1.- Principios básicos de la facturación
 - 2.- Gestión de pagos

- 3.- Configurar los métodos de pago
- 2.¿Cómo orientar tu anuncio?
 - 1.- Segmentación del público
 - 2.- Personalizar público a partir del sitio web
 - 3.- Personalizar público a partir de la aplicación
- 3.Control de rendimiento y resultados
 - 1.- Estadísticas
 - 2.- Obtener informe de resultados desde el Administrador de Anuncios
 - 3.- Obtener informe de resultados desde Power Editor
 - 4.- Crear un Pixel de Facebook

PARTE 3. SEMRUSH

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SEMRUSH

- 1.¿Qué es SEMrush?
- 2.Aspectos básicos de SEMrush
- 3.Primer proyecto en SEMrush
- 4.Auditoría General del sitio
- 5.Investigación de palabras clave
- 6.Auditoría de posicionamiento patrocinado
- 7.Ranking de palabras claves
- 8.Ranking de palabras claves

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEMRUSH: APLICACIONES

- 1.SEO Ideas
- 2.Seguimiento de Marca (Brand Monitoring)

PARTE 4. MARKETING DE AFILIACIÓN

- 1.Marketing de Afiliación
- 2.Introducción al Marketing de Afiliación
- 3.Funcionamiento del Marketing de Afiliación
 - 1.- ¿Qué es un programa de Afiliados?
- 4.Redes de Afiliación
- 5.Dar a conocer el marketing de afiliación
- 6.Recomendaciones para el Marketing de Afiliación
- 7.empezar en el marketing de afiliación

PARTE 5. RETARGETING

- 1.¿Qué es el Retargeting?
- 2.Funcionamiento del Retargeting
- 3.Tipos de Retargeting
 - 1.- Site Retargeting
 - 2.- Social Retargeting
 - 3.- Email Retargeting
 - 4.- Search Retargeting
- 4.Implementación
- 5.Coste del Retargeting
- 6.Medir resultados
- 7.Consejos para tener éxito en el Retargeting
- 8.Importancia del Retargeting
- 9.Empresas de Retargeting

PARTE 6. COMPETENCIAS, COMUNICACIÓN Y FIRMA

DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS: WEB 2.0

- 1.Web 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

- 1.Buscadores
- 2.¿Cómo funciona un buscador?
- 3.Principales motores de búsqueda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BÚSQUEDAS AVANZADAS

- 1.Marketing en motores de búsqueda
- 2.La búsqueda semántica
- 3.SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIOS POR INTERNET

- 1.Impacto de las tecnologías en los resultados de la organización.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

- 1.Servicios y su monetización
- 2.La nube
- 3.HTML
- 4.Uso del correo electrónico y los SMS
- 5.¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing
- 6.Mapas mentales
- 7.Diseño de Textos digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN A BLOGGING Y MICROBLOGGING

- 1.Primeros pasos para crear un blog

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO DE IMÁGENES.

- 1.Texto en imágenes
- 2.Imagen digital
- 3.Infografía en Photoshop
- 4.Gestión de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LOS DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Derechos De Autor Y Propiedad Intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNIDADES VIRTUALES: FOROS Y REDES SOCIALES

- 1.Ning: Foros de discusión y salas de chat
- 2.Redes sociales
- 3.Facebook y youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ENTORNOS COLABORATIVO

- 1.Uso de la nube
- 2.Escritorio virtual o VDI
- 3.Crowdsourcing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPORTAMIENTO ON-LINE

- 1.Netiquette

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SEGURIDAD EN INTERNET

- 1.Internet seguro
- 2.Comercio seguro
- 3.SSL y SSH
- 4.Algoritmo criptográfico
- 5.Certificado digital

UNIDAD DIDÁCTICA 13. COMPETENCIAS DIGITALES BÁSICAS

- 1.Amenazas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. COMUNICACIÓN EN INTERNET

- 1.Diferencias entre los medios de comunicación de antes con los medios de comunicación de ahora

2.Tecnologías de las aplicaciones web

UNIDAD DIDÁCTICA 15. TRABAJAR POR INTERNET

- 1.Comunidades
- 2.Relaciones públicas
- 3.Trabajando por internet
- 4.Internet como plataforma de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HERRAMIENTAS DE TRABAJO POR INTERNET

- 1.Correo WebMail
- 2.Microblogging y Mensajería instantanea
- 3.Aplicaciones del navegador

UNIDAD DIDÁCTICA 17. TRABAJO EN GRUPO

- 1.Wikis
- 2.Blogs
- 3.Alojamiento de archivos compartidos
- 4.Herramientas para documentar

UNIDAD DIDÁCTICA 18. PERFIL DIGITAL

- 1.Personalidad digital del sitio Web
- 2.Perfil digital profesional
- 3.Implantar un blog corporativo
- 4.Estrategia de desarrollo de comunidades

UNIDAD DIDÁCTICA 19. NETWORKING

- 1.Introducción al Networking
- 2.Twitter y Facebook
- 3.Redes sociales profesionales
- 4.Instagram y Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 20. FIRMA Y CERTIFICADO DIGITAL

- 1.¿Qué es un certificado Digital?
- 2.Firma electrónica
- 3.Incorporación de la sociedad a las NNTT de la Información y las Comunicaciones (TIC)

UNIDAD DIDÁCTICA 21. CONTENIDO Y ALCANCE

- 1.Efectos de las TIC en la Sociedad de la Información

UNIDAD DIDÁCTICA 22. NORMATIVA

- 1.Normativa del Comercio Electrónico en España

UNIDAD DIDÁCTICA 23. ¿CÓMO OBTENER LA FIRMA ELECTRÓNICA?

- 1.Criptografía
- 2.Procedimiento de obtención de la Firma Electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GESTIÓN DE RIESGO

- 1.Introducción a la Gestión de Riesgo

UNIDAD DIDÁCTICA 25. DONDE UTILIZAR LA FIRMA DIGITAL

- 1.Organismos oficiales nacionales, autonómicos, locales
- 2.Transacciones comerciales y financieras

UNIDAD DIDÁCTICA 26. SISTEMAS DE SEGURIDAD EN LA EMPRESA

- 1.Seguridad En La Empresa

PARTE 7. 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.UNIDAD 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

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

PARTE 8. 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

+ Información Gratis

- 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 9. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA WEB 2.0

- 1.Origen de la web 2.0
- 2.Principales características de la web 2.0
- 3.Aportación de la web 2.0 tanto a empresas como a consumidores
- 4.Ventajas de la web 2.0
- 5.Nuevas tendencias: la web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIONES DE LA WEB 2.0 EN MARKETING

- 1.Formularios de contacto
- 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

- 1.La integración de las redes sociales en la estrategia corporativa de la empresa
- 2.Tipos de redes sociales
- 3.Ventajas y Desventajas de las redes sociales
- 4.Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
- 5.Importancia y repercusión de las redes sociales
- 6.Las redes sociales como intercambio constante de información

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)

- 1.Marketing en Redes Sociales, el SMM
- 2.Nuevos consumidores: prosumer y crossuser
- 3.Escuchar a tus seguidores
- 4.Animar a participar
- 5.Cómo mejorar la experiencia de compra del consumidor
- 6.Seguimiento de audiencias
- 7.Publicidad en social media
- 8.El poder del efecto viral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES

- 1.Visibilidad e imagen de la empresa en la red
- 2.Reputación online
- 3.Identidad digital
- 4.Reputación dañada, como gestionar este tipo de crisis
- 5.Principales herramientas e indicadores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA PLAN

- 1.El plan de medios sociales
- 2.Objetivos y estrategia del plan de medios sociales
- 3.Posicionamiento e imagen de marca
- 4.Captación y fidelización de audiencias
- 5.Integración del plan de medios sociales en la estrategia de marketing de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SOCIAL MEDIA MOBILE

- 1.Redes Sociales en dispositivos móviles
- 2.Tipos de redes sociales móviles
- 3.Estrategia de contenidos en redes sociales móviles
- 4.Uso de las redes en mi empresa
- 5.Errores que no se deben cometer

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA FIGURA DEL SOCIAL MEDIA MANAGER

- 1.¿Qué es un Social Media Manager?
- 2.La figura del Social Media Manager en la empresa
- 3.Competencias y responsabilidades
- 4.La organización del profesional en redes sociales
- 5.Principios sobre la gestión del tiempo
- 6.Herramientas de gestión y monitorización para rentabilizar el tiempo en la web 2.0
- 7.Objetivos y seguimiento del Social Media Manager
- 8.Errores que no debe cometer un Social Media Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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.Blogs
- 7.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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
- 6.Delitos en las Redes Sociales
- 7.Menores e incapaces en las redes sociales