



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Periodismo Deportivo + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster en Periodismo Deportivo + Titulación Universitaria

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

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El periodismo deportivo se halla en constante evolución, adaptándose a las nuevas tecnologías y a un público cada vez más exigente. El Master en Periodismo Deportivo ofrece una formación integral que abarca desde el análisis y la narrativa deportiva hasta la gestión de contenido digital y el marketing online. Con un enfoque práctico en plataformas digitales, este curso prepara a los aspirantes para ser voces líderes en la narrativa deportiva.

Los estudiantes aprenderán a manejar herramientas de periodismo digital y técnicas publicitarias, esenciales en el dinámico entorno mediático actual. Además, la formación en redes sociales y estrategias de posicionamiento web proporcionará habilidades clave para maximizar la visibilidad y el impacto del contenido.

Optar por nuestro Master significa no solo adquirir la habilidad para crear y administrar un periódico digital con las últimas herramientas como Joomla 3 y SEO, sino también para destacar como community manager, conectando con audiencias en el ámbito deportivo global.

Este curso es ideal para quienes buscan liderar en la convergencia entre periodismo, deporte y tecnología digital.



a quién va dirigido

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

objetivos

- Dominar el periodismo deportivo.
- Gestionar contenidos digitales.
- Convertirse en Community Manager.
- Aprender técnicas publicitarias.
- Crear periódicos digitales.
- Ejecutar estrategias de marketing.
- Optimizar SEO y redes sociales.

para qué te prepara

El Master en Periodismo Deportivo te prepara para analizar y comunicar profesionalmente las dinámicas del deporte. Aprenderás periodismo digital y a gestionar redes como Community Manager, adquiriendo habilidades en técnicas publicitarias y creación de contenidos atractivos. Este curso te enseñará a construir y optimizar un periódico digital con Joomla y SEO y a destacar en marketing online, cubriendo así las demandas del periodismo moderno y posicionándote en la vanguardia del sector.

+ Información Gratis

salidas laborales

El Master en Periodismo Deportivo abre un campo laboral amplio. Egresados podrán ser periodistas especializados en deportes para medios tradicionales y digitales, manejar la comunicación de entidades deportivas y ser community managers. Dominarán técnicas publicitarias, SEO y marketing online, esenciales en el entorno digital. Además, estarán capacitados para lanzar periódicos digitales con Joomla y potenciar presencia en redes, convirtiéndose en referentes de la información deportiva.

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 'Comunicación y Periodismo Deportivo'
- Manual teórico 'Redes Sociales'
- Manual teórico 'Técnicas Publicitarias'
- Manual teórico 'Periodismo Digital'
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Creación de Portales Web con Joomla + SEO Profesional'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'



profesorado y servicio de tutorías

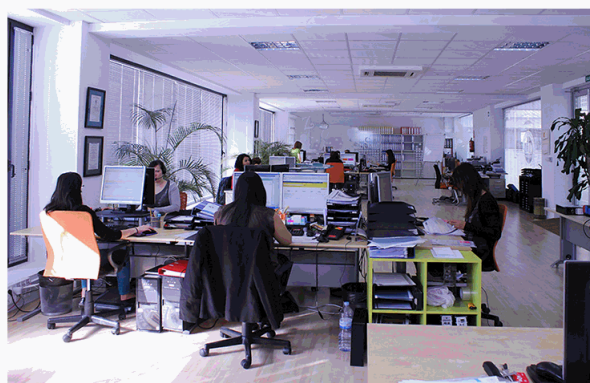
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado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

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

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

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

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



plazo de finalización

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

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de 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. PERIODISMO DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO

- 1.Historia del periodismo y modelos periodísticos a lo largo de ella
- 2.La Sociedad de la Información
- 3.El Periodismo como servicio público esencial
- 4.La responsabilidad del periodista como líder de opinión
- 5.Códigos éticos y deontológicos en el periodismo
- 6.La publicidad y las relaciones Públicas
- 7.La audiencia

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA Y DISCIPLINAS DEL DEPORTE INTERNACIONAL

- 1.El origen de la competición deportiva
- 2.El deporte olímpico
- 3.Eventos y competiciones deportivas internacionales de gran calado
- 4.Principales récords y palmarés del deporte internacional
- 5.Las disciplinas deportivas con mayor repercusión a nivel mundial
- 6.Nociones básicas sobre el vocabulario y campo semántico del deporte
- 7.Hacia dónde avanza el mundo del deporte

UNIDAD DIDÁCTICA 3. AUGE Y PROFESIONALIZACIÓN DEL DEPORTE FEMENINO

- 1.Primeros pasos del deporte femenino internacional
- 2.La profesionalización del deporte femenino
- 3.Principales récords y palmarés del deporte femenino internacional
- 4.Panorama actual y futuro del deporte femenino

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DERECHO DEPORTIVO

- 1.Reglamento deportivo
- 2.El ordenamiento jurídico-sancionador en el deporte
- 3.El dopaje en el deporte
- 4.Organismos jurídicos y normativa de control en el deporte

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL DEPORTE

- 1.El Comité Olímpico Internacional
- 2.Las federaciones deportivas
- 3.Organismos e instituciones deportivas continentales e internacionales
- 4.Gestión y dirección de entidades deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN CORPORATIVA E INSTITUCIONAL EN EL DEPORTE

- 1.La comunicación interna en las entidades deportivas
- 2.Identidad, imagen corporativa y comunicación de marketing
- 3.Relaciones institucionales
- 4.Relación con la masa social y la comunidad geográfica
- 5.Relación con los medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE PROGRAMAS Y RETRANSMISIONES DEPORTIVAS

- 1.Protocolo y consideraciones básicas a la hora de organizar un evento deportivo
- 2.El papel de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en los eventos deportivos
- 3.La tarea de producción en la retransmisión de una competición deportiva
- 4.Edición y producción de programas deportivos en set o plató

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL GÉNERO DOCUMENTAL EN EL DEPORTE

- 1.Documentación e investigación en el ámbito deportivo
- 2.Selección, filtración y contraste de fuentes en el deporte
- 3.La recopilación de material documental
- 4.La entrevista en el periodismo deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL DEPORTE EN LA PRENSA ESCRITA

- 1.La labor del cronista
- 2.Previa, crónica, contracrónica y columna de opinión
- 3.El reportaje deportivo
- 4.La entrevista al deportista en papel

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL DEPORTE EN LA RADIO

- 1.La narración y locución deportiva en las ondas
- 2.El papel capital del micrófono inalámbrico en una competición deportiva
- 3.La zona mixta
- 4.Otros roles en una retransmisión deportiva: analista, contertulio, etc
- 5.El formato carrusel
- 6.La publicidad y la animación en la radio deportiva
- 7.La franja nocturna: un atípico prime time
- 8.El reporterismo radiofónico en el deporte
- 9.Edición de audio y manejo de la mesa de sonido

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL DEPORTE EN TELEVISIÓN

- 1.La narración deportiva en televisión
- 2.La labor a pie de campo
- 3.Otros roles importantes dentro del periodismo deportivo
- 4.Las entrevistas de palco
- 5.La tertulia deportiva como formato estrella
- 6.Entradillas, directos y conexiones
- 7.Reportajes/ENG's
- 8.Bases de la preparación técnica de un programa o retransmisión deportiva
- 9.Edición y post-producción de vídeo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL DEPORTE EN LOS MEDIOS DIGITALES Y LAS NUEVAS PLATAFORMAS ONLINE

- 1.El auge de los medios digitales en el ámbito deportivo
- 2.Géneros y formatos en el periodismo deportivo digital
- 3.La fructífera fusión entre el deporte y el universo multimedia
- 4.Infograffas y visualización dinámica de datos
- 5.El deporte en las redes sociales
- 6.Las nuevas plataformas de generación y difusión de contenido deportivo: YouTube, Twitch, etc
- 7.Los E-Sports

PARTE 2. 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 PERIODISMO DIGITAL

PARTE 3. 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 4. 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 5. 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

- 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. Módulo 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 6. 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 7. 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
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