INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster Social Media Manager: Responsable de la Estrategia de Medios Sociales + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster Social Media Manager: Responsable de la Estrategia de Medios Sociales + Titulación Universitaria

duración total: 725 horas ***horas teleformación:*** 300 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El presente Master Social Media Manager: Responsable de la Estrategia de Medios Sociales ofrece una formación especializada en la materia. Si trabaja en el entorno del marketing digital y quiere especializarse en las funciones del Social Media Management este es su momento, con elMaster Social Media Manager: Responsable de la Estrategia de Medios Sociales podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta labor de la mejor manera posible. El Social Media tiene como función preparar la estrategias que la empresa va a seguir en el medio digital, prestando atención a las tendencias y la competencia para que tenga éxito.

a quién va dirigido

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

objetivos

- Integrar las redes sociales en la estrategia corporativa de la empresa.
- Mejorar la experiencia de compra del consumidor.
- Realizar estrategias de posicionamiento e imagen de marca.
- Conocer las Herramientas de gestión y monitorización para rentabilizar el tiempo en la web 2.0.
- Diseñar un buen programa de motores de búsquedas.
- Diferenciar los prototipos de comprador.
- Crear contenido especialmente dirigido a los compradores.
- Publicar el contenido en el formato en línea que más se ajusta a su sector, podcast, blogs, e-libros, sitios Web…
- Realizar estrategias en Facebook Ads.
- Analizar a la competencia con SEMrush.
- Conocer los aspectos generales sobre la red de afiliados.
- Realizar estrategias de Retargeting.
- Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales e Internet para tener mayor reputación y dominar las principales técnicas del marketing y comunicación online.
- Saber maximizar el rendimiento de las redes sociales y comunidades online
- Conocer las distintas estrategias de éxito que te ayuden a aumentar la reputación online de la empresa.
- Aprender a dinamizar una comunidad online.

para qué te prepara

Este Master Social Media Manager: Responsable de la Estrategia de Medios Sociales le prepara para tener una visión amplia y precisa sobre el entorno del marketing digital en relación con las técnicas y funciones que debe realizar el social media manager.

salidas laborales

Marketing digital / Social media / Medios sociales.

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 'Marketing Digital'
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'Facebook Ads'
- Manual teórico 'Competencias, Comunicación y Firma Digital'
- Manual teórico 'Dirección y Gestión de Planes de Marketing'

profesorado y servicio de tutorías

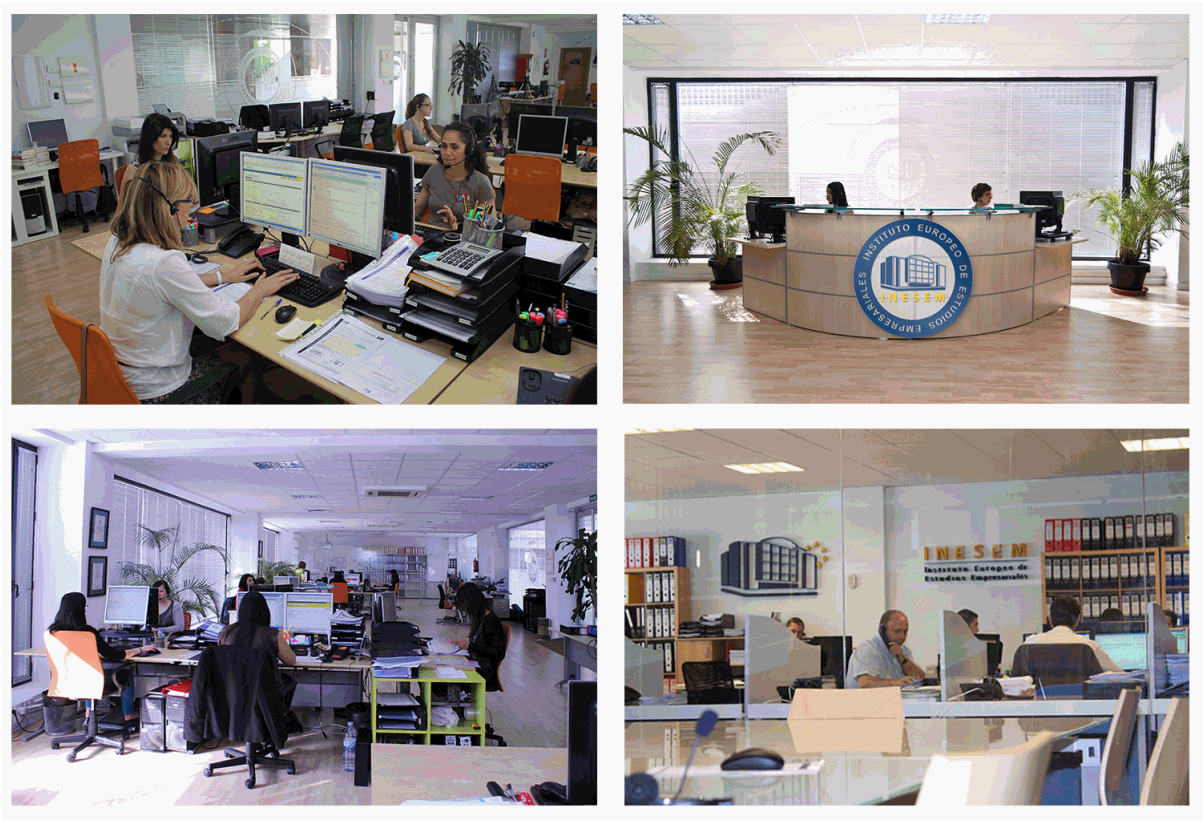
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado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

+ Información Gratis

programa formativo

PARTE 1. 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.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 2. 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

+ Información Gratis

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.Ciptografía
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

+ Información Gratis

PARTE 3 SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

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. 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 3. 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 4. 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 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1.Introducción a LinkedIn
2.LinkedIn para empresas
3.Creación de perfil y optimización
4.Grupos
5.SEO para LinkedIn
6.Analítica en LinkedIn
7.LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

+ Información Gratis

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 7. 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
9.Power Editor
10.Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. 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 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1.Introducción a LinkedIn Ads
2.Formatos de anuncios
3.Objetivos publicitarios
4.Creación de campañas
5.Segmentación
6.Presupuesto
7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. 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

+ Información Gratis

5.Creación de anuncios desde Youtube

PARTE 4. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y SISTEMA ECONÓMICO

1.El concepto y contenido del marketing evolución: Intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
2.El marketing en el sistema económico
3.El marketing como cultura: evolución del marketing en la empresa. Tendencias actuales en el marketing
4.Marketing y dirección estratégica: marketing operativo y marketing estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO RELEVANTE: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN

1.Orientación de las organizaciones hacia el entorno
2.Delimitación y definición del mercado
3.Bienes de consumo y su mercado
4.Uso del producto hacia el mercado industrial
5.Uso del producto hacia el mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR Y LAS ORGANIZACIONES: ANÁLISIS

1.Comportamiento de compra: Estudio del alcance e interrelaciones con otras disciplinas y características
2.Comportamiento de compra de los consumidores: Condicionantes de compra
3.Estudio de los diferentes comportamientos de compra y etapas del proceso de compra en mercados de consumo
4.Comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proce de compra industrial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1.Estrategia de segmentación del mercado: La importancia en la estrategia de las organizaciones
2.Segmentación de mercados: Criterios de consumo e industriales. Condiciones para una segmentación eficiente
3.Cobertura del mercado: Estrategias
4.Segmentación de mercados: Técnicas a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE ESTRUCTURA COMPETITIVA Y DEMANDA

1.Primeros pasos
2.Concepto, factores condicionantes de la demanda y dimensiones del análisis de la demanda
3.Análisis de componentes y determinación del concepto de cuota de mercado de marca
4.Modelos explicativos: selección e intercambio de marca
5.Principales factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MERCADOS Y EL MARKETING: INVESTIGACIÓN

1.El sistema de información de marketing y sus componentes
2.Investigación de mercados: Concepto, objetivos y aplicaciones
3.Estudio de investigación de mercados: Metodología de realización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1.Definición de producto: atributos formales del producto
2.Diferenciación y de posicionamiento del producto: Estrategias
3.Etapas del desarrollo y diseño de nuevos productos
4.El producto y su ciclo de vida
5.La cartera de productos: Modelos de análisis
6.Estrategias de crecimiento para las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

1.Concepto, utilidades e importancia del canal de distribución
2.Función de cada uno de los componentes del canal de distribución
3.Longitud, factores condicionantes, e intensidad del diseño del canal de distribución:
4.Formas comerciales: clasificación

+ Información Gratis

5.El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRECIOS

1.Introducción
2.Concepto e importancia del precio como instrumento de decisiones comerciales
3.Fijación de precios: Principales factores condicionantes
4.Fijación de precios: Procedimientos de fijación de precios y métodos basados en los costes, en la competencia y e la demanda
5.Fijación de precios: Estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1.Concepto e importancia de la comunicación comercial
2.Principales factores condicionantes en la estrategia y del mix de comunicación comercial
3.Venta personal, publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo de mix de comunicación comercial
4.Imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1.Concepto, utilidad y horizonte temporal: El plan de marketing:
2.Principales etapas del diseño del plan de marketing
3.Tipos de control en la ejecución y control del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROYECTO FINAL: CREACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1.Introducción

PARTE 5. RECURSOS DE MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING
UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD
UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS
UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS

PARTE 6. 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

+ Información Gratis

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
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 7. 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

+ Información Gratis

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 8. 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 9. 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 10. 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

+ Información Gratis