



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Máster SEM Specialist: Experto en SEM + Titulación Universitaria***

+ Información Gratis

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

# Máster SEM Specialist: Experto en SEM + Titulación Universitaria

**duración total:** 1.500 horas

**horas teleformación:** 450 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

En una era dominada por la inmediatez digital, el Master SEM Specialist: Experto en SEM se presenta como una herramienta imprescindible para aquellos profesionales que desean destacar en la estrategia de marketing en línea. Este curso integra aspectos fundamentales como marketing digital, con énfasis en publicidad en Facebook, permitiendo dominar la creación y gestión de campañas de alto impacto. Abordamos también la analítica web, pilar clave para entender y optimizar el rendimiento online. Profundizaremos en las tácticas de marketing online y técnicas de posicionamiento SEO, elementos esenciales para una visibilidad óptima en motores de búsqueda. Además, el dominio de Google AdWords se constituye como un diferencial estratégico, incrementando la capacidad de atraer tráfico cualificado. Completando el currículum, se expone la relevancia de las habilidades comunicativas y la firma digital, competencias necesarias en el entorno virtual. Optar por nuestra formación significa elegir una experiencia de aprendizaje que combina rigor académico con flexibilidad, permitiéndote adquirir habilidades clave desde cualquier lugar.



+ 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 el marketing digital.
- Implementar campañas en Facebook Ads.
- Analizar datos con analítica web.
- Estrategias de marketing online.
- Gestionar campañas en Google AdWords.
- Desarrollar habilidades de comunicación.
- Manejar la firma digital avanzada.

## *para qué te prepara*

El "Master SEM Specialist: Experto en SEM" prepara a los profesionales para liderar estrategias efectivas de marketing digital y publicidad online. Dominarás Facebook Ads, explorarás la analítica web para interpretar el comportamiento del usuario, y perfeccionarás técnicas de posicionamiento web y Marketing Online. Además, te volverás experto en campañas Google AdWords. El curso también afina tus competencias comunicativas y te familiariza con los aspectos clave de la firma digital.

## *salidas laborales*

Con el Máster SEM Specialist: Experto en SEM, abre puertas a roles como SEM Manager, Analista de Marketing Digital, Especialista en AdWords y SEO. Domina desde Facebook Ads y Google AdWords hasta analítica y estrategias de posicionamiento web, potenciando también tus habilidades en comunicación digital y comercio electrónico. Un perfil completo para liderar en el marketing online.

## 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 'Analítica Web'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'
- Manual teórico 'Facebook Ads'
- Manual teórico 'Competencias, Comunicación y Firma Digital'
- Manual teórico 'Google Ads'



+ Información Gratis



## profesorado y servicio de tutorías

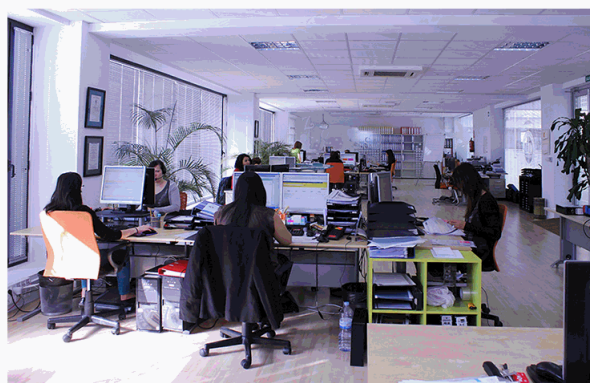
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado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

+ Información Gratis

#### **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 4. 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**

+ Información Gratis

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 5. GOOGLE ADWORDS**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS**

1. Características de Google Ads
2. Introducción
3. Las páginas de búsqueda
4. Las páginas de contenido
5. Funcionamiento de Ads

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN CON GOOGLE ADS**

1. Cuentas en Ads
2. Interfaz de Ads
3. Campañas en Ads
4. Mi centro de clientes (MCC)
5. Búsqueda de información y ayuda

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONCEPTOS AVANZADOS**

1. Posicionamiento de los anuncios
2. El funcionamiento de las palabras clave
3. Tipos de anuncios
4. Grupos de anuncios
5. Estados de los anuncios

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS CONVERSIONES Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN**

1. Definición de conversiones
2. Características y funcionamiento
3. Las búsquedas
4. ¿Qué es Google Analytics?
5. Características Analytics y relación con Ads
6. La mejora de conversiones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEJORA DE POSICIONAMIENTO**

1. Mejora con palabras clave
2. Mejora con anuncios
3. Mejora con la medición de los resultados

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD DEL CONTENIDO**

1. La Red Display
2. Orientación en la red
3. Métodos de compra
4. Ayuda
5. ¿Qué es el remarketing?
6. Las pujas
7. Estrategias de pujas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EDITOR Y FINALIZACIÓN DEL CURSO**

+ Información Gratis

- 1.Características
- 2.Funciones
- 3.Fin del curso

## **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 instantánea

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

**+ Información Gratis**