







***Postgrado en Inbound
Elect***



INESEM

SINESS SCHOOL

***d Marketing y Comercio
trónico***

+ Información Gratis

**titulación de formación continua bonificada
empresarial**

Postgrado en Inbound Marketing Electrónico

duración total: 300 horas

horas telepresenciales: 0

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

+ Información Gratis

www.formacioncontinua.eu

información y

descripción

Si trabaja en el entorno del marketing digital y desea conocer los fundamentos del inbound Marketing y aplicar sus conocimientos al comercio electrónico, este curso es el más adecuado para usted. Este curso le enseñará los conocimientos necesarios para desenvolverse profesionalmente en este campo, desde hacer que el usuario sea el que encuentra a la marca, hasta conseguirlo, al contrario que la publicidad que puede llegar a la marca. Gracias a este Curso conocerá las principales características y ventajas de llevarlo a cabo con seguridad y de la forma correcta.

+ Información Gratis



+ Información Gratis

www.formacioncontinua.eu

información y



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo q
conocimientos técnicos en este área.

+ Información Gratis

objetivos

- Integrar y potenciar Internet en la estrategia comercial
- Conocimiento de los principales aspectos legales referidos a Internet
- Asimilación de las ventajas de Internet como canal de venta
- Conocimiento acerca de cómo mantener la seguridad de los datos
- Desarrollo de las habilidades que permitan llevar a cabo campañas de marketing
- Desarrollo de técnicas de confianza para los clientes a través de Internet
- Conocer la importancia del marketing mix en las empresas
- Aprender sobre el Branding y posicionamiento en Internet
- Aprender sobre la Planificación de estrategias de generación de leads
- Realizar consultas de analítica web y seo.
- Realizar la optimización en la gestión del Marketing Reputacional

+ Información Gratis

para qué te prepara

Este Postgrado en Inbound Marketing y Comercio Electrónico te prepara para el término de Inbound Marketing y a realizar las estrategias de marketing digital en esta tarea, llegando a poder realizarla de manera independiente en el comercio electrónico.

salidas laborales

Marketing digital / Experto en Inbound marketing / Comercio electrónico

+ Información Gratis

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte del Director del Centro Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las asignaturas del curso en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del curso, el nombre del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno ha superado el curso, y las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de los centros de enseñanza que ha recibido (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

+ Información Gratis



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición de cursos de Formación Continua
EXPIDE LA SIGUIENTE

NOMBRE DEL ALUMNO

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los

Nombre de la Acción de Formación

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación Continua
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con

Con una calificación de $\frac{0}{10}$

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

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Sello



forma de bonificación

+ Información Gratis

www.formacioncontinua.eu

información y

ESTUDIOS EMPRESARIALES

participación a nivel nacional de formación
TITULACIÓN

ALUMNO/A

estudios correspondientes de

Formación Formativa

ción INESEM en la convocatoria de XXXX
número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

SOBRESALIENTE

presente TITULACIÓN en
mes(es) de (año)



Firma del alumno/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A



- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los 12 meses a la Seguridad Social.

+ Información Gratis

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través de una metodología de aprendizaje online, el alumno debe seguir un itinerario formativo, así como realizar las actividades y actividades del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final con un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder pasar.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán todos los progresos del alumno así como estableciendo consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar toda la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

+ Información Gratis

materiales didácticos

- Manual teórico 'Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Técnicas de Marketing On Line, Búsqueda y Anuncios'
- Manual teórico 'Comercio Electrónico'

+ Información Gratis



+ Información Gratis

www.formacioncontinua.eu

información y



profesorado y servicio de tutorías

+ Información Gratis

www.formacioncontinua.eu

información y

Nuestro equipo docente estará a su disposición para cualquier duda o contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Puede contactar con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o WhatsApp. Hemos creado un documento denominado “Guía del Alumno” entregado en formato PDF. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en el tema, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formadores para poder como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas, etc. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas y recibir una respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas para poder hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede acceder al curso desde el mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando trámites.

+ Información Gratis

+ Información Gratis

www.formacioncontinua.eu

información y



+ Información Gratis

www.formacioncontinua.eu

información y



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización de cada módulo, con una misma duración del curso. Existe por tanto un calendario de finalización de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de formación continua, ofrece contenidos multimedia de alta calidad

+ Información Gratis

Para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad formativa con una fecha de inicio y una fecha

Para los cursos de modalidad online, el campus virtual y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una comunidad que disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y programas de intercambio para aprender idiomas...

revista digital

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

secretaría

+ Información Gratis

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestro equipo de matriculación, envío de documentación y solución de dudas.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede consultar sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización y lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, así como el seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM.

programa formativo

PARTE 1. COMERCIO ELECTRÓNICO

MÓDULO 1. COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO

+ Información Gratis

- 1.El Comercio Electrónico como instrumento para crear valor
- 2.Marketing electrónico y Comercio Electrónico. Diferencias
- 3.El Comercio Electrónico: Origen y antecedentes
- 4.Internet y sus ventajas en la estrategia de Marketing
- 5.El Comercio Electrónico en datos: Informes
- 6.Ejercicios complementarios: Aproximación al Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN PARA GENERAR VALOR

- 1.Modelos de Negocio Online: Contextualización
- 2.Modelos de negocio online según los participantes e Internet y otras plataformas
- 3.Tipos de Negocio Online según Hoffman, Novak y Christensen: Comercio electrónico, web de contenido, email, agentes de búsqueda y control de acceso
- 4.Modelos de negocio basados en internet según Michaelson: tienda online, canal directo del fabricante, afiliación, Comercio electrónico
- 5.Basados en las redes inter-organizacionales: Informes
- 6.Otros modelos de negocio: subastas online, plataformas de productos usados
- 7.Ejercicios complementarios: Planificación para generar valor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE COMPRA EN COMERCIO ELECTRÓNICO Y BENEFICIOS

+ Información Gratis

1. Fases del proceso de compra: información, argumentación y decisión del consumidor

2. Carro de la compra: medidas para favorecer el proceso de compra

3. Cadena de valor en comercio electrónico: Mejoras

4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico de

5. Ejercicios complementarios: Proceso de Compra en

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS

1. La inmediatez en el intercambio de productos: Intercambio

2. Factores que influyen en la experiencia web para que sea útil: Usabilidad, interactividad, confianza, estética web y marketing

3. Criterios empresariales para la fijación de precios en

4. Atención al cliente antes y después de la venta en e

5. Ejercicios complementarios: Intercambio de productos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTERNET COMO CANAL DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN WEB

1. Comunicación transversal entre empresa y consumidor

2. Herramientas en Comunicación: Publicidad, Promoción

3. Venta en internet: conseguir la venta y fidelización

4. Proceso de planificación publicitaria: La campaña publicitaria

5. Campañas online: SEM, SEO, promoción de ventas

+ Información Gratis

6.Ejercicios complementarios: Internet como canal de

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1.Introducción: ¿Captar al cliente o fidelizar al cliente?

2.Proceso de fidelización: claves

3.Fidelización en comercio electrónico: ventajas

4.Mantenimiento de cartera de clientes

5.Acciones a tener en cuenta para llevar a cabo la fidelización

6.Estrategias en fidelización: Cross Selling, Up Selling

7.Nivel de fidelización de los clientes

8.Ejercicios complementarios: Fidelización de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Medios de pago en las transacciones electrónicas

2.Clasificación de los medios de pago: tradicionales y electrónicos

3.El medio de pago por excelencia: Las tarjetas bancarias

4.Pago contra-reembolso: Ventajas e inconvenientes

5.Transferencia bancaria directa

6.Medios de Pago puramente online: paypal, pago por transferencia

7.Seguridad en los pagos online: Secure Sockets Layer (SSL) y certificados digitales - Firma electrónica

8.Fraude para los consumidores online

+ Información Gratis

9.Ejercicios complementarios: Medios de pago en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NORMATIVA REGULADORA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

- 1.Principales normas de ordenación del Comercio Electrónico
- 2.Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de la seguridad de la información
- 3.Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico
- 4.Protección de Datos en Marketing
- 5.Ejercicios complementarios: Normativa reguladora de Comercio Electrónico

MÓDULO 2. TÉCNICAS DE MARKETING EN MEDIOS TRADICIONALES, MEDIA Y MÓVIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HERRAMIENTAS DEL MARKETING ONLINE

- 1.Cómo hacer una campaña publicitaria OnLine
- 2.Otras modalidades de promoción Online
- 3.Los leads
- 4.Selección de palabras clave
- 5.Campañas de video marketing
- 6.E-mail marketing
- 7.La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas
- 8.Conseguir contactos y bases de datos para campañas
- 9.Personalización de la oferta y permission marketing

+ Información Gratis

- 10. Permission marketing
- 11. Marketing viral
- 12. Marketing de afiliación
- 13. Qué es trade marketing
- 14. Indicadores clave de desempeño (KPI)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DE BUSCADORES

- 1. Cómo funciona el marketing de buscadores
- 2. Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
- 3. Búsqueda orgánica o SEO
- 4. Cómo funciona el algoritmo de Google
- 5. Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google
- 6. Relevancia del contenido
- 7. Eligiendo palabras objetivo
- 8. La importancia de los enlaces entrantes
- 9. Normas de calidad de contenido de Google. Directrices
- 10. Técnica para conseguir ser enlazado
- 11. La importancia de las palabras de enlace
- 12. Enlaces y textos de enlaces
- 13. Enlaces internos
- 14. Presentación del contenido. La importancia de todo

+ Información Gratis

15. Densidad de página y densidad de keyword (Keyword)
16. Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis
17. Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas
18. Uso de frames
19. Redirects
20. Enlaces Javascript y Flash
21. Cloacking o páginas exclusivas para buscadores
22. Comandos útiles de Google
23. SEM y Google adwords
24. Posicionamiento publicitario y pago por click
25. Compra de palabras clave y SEM
26. Publicidad basada en resultados
27. Posicionamiento en Google maps
28. Herramientas de monitorización SERP
29. Google trends
30. Autopráctica Google trends
31. Informes de Google
32. Google analytics
33. Medir y analizar resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

+ Información Gratis

- 1.El origen de los medios sociales
- 2.Social media
- 3.Tipos de medios sociales
- 4.Marketing en medios sociales
- 5.El Plan de medios sociales
- 6.Estrategias de social media
- 7.Campañas en medios sociales
- 8.Objetivos generales de una campaña en redes sociales
- 9.El Crowdsourcing
- 10.Medición de resultados de un social media plan
- 11.Analítica social y estrategia
- 12.Objetivos
- 13.IOR
- 14.Impact of relationship

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS

- 1.Tipos de redes sociales
- 2.¿Por qué hacer marketing en redes sociales?
- 3.El marketing viral y las redes sociales
- 4.La publicidad en las redes sociales. Dónde, cómo y cuándo
- 5.Herramientas para crear y organizar contenido en redes sociales

+ Información Gratis

6. Facebook, MySpace, Tuenti, Twitter y Youtube y otras
7. Redes sociales profesionales en España
8. Otras redes sociales importantes
9. Aplicaciones para la gestión de redes sociales
10. Geolocalización en las redes sociales
11. Social bookmarking- explicación gráfica

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS BLOGS COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

1. Los blogs como herramienta de marketing
2. Mis primeros pasos con el blog
3. Los factores del éxito en los blogs
4. Relaciona conceptos
5. Yammer y las wikis

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS

1. Sindicación de contenidos
2. RSS
3. Lector de feed
4. ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?
5. Cómo reunir los feeds RSS
6. PodCasting
7. Radar de noticias personales

+ Información Gratis

- 8.Lifestreaming
- 9.Crear nuestro propio feed RSS
- 10.Directorios RSS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL

- 1.Marketing móvil
- 2.Formas de conectarse a internet a través del móvil
- 3.Otras aplicaciones de marketing móvil
- 4.Formatos estándares en internet móvil
- 5.Marketing de móviles
- 6.Consejos para una estrategia de marketing móvil
- 7.SMS marketing
- 8.Televisión digital
- 9.Televisión por internet

PARTE 2. INBOUND MARKETING

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

+ Información Gratis

5. Características de Internet como medio del marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL INBOUND

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE ATRACCIÓN

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Los blogs Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Social Media

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CONVERSIÓN

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE CIERRE

1. Marketing Relacional
2. Gestión de relaciones con los clientes CRM
3. Email marketing

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE DELEITE

- 1.Encuestas
- 2.Contenido inteligente
- 3.Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTRODUCCIÓN AL 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 8. 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
- 6.El proceso de Copywriting

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COPYWRITING PARA E-COMMERCE

- 1.Introducción
- 2.La Homepage

+ Información Gratis

3. Los menús
4. Fichas de producto
5. Descripción de los servicios
6. Página ¿quiénes somos?
7. Página de contacto
8. Página preguntas frecuentes
9. Carrito de la compra, checkout y agradecimiento
10. Envío de emails

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING PARA PERSONAS

1. Introducción
2. Definir tu marca y el estilo
3. Identificar y definir tu público objetivo o audiencia
4. Creación de lista de contactos
5. Páginas personal corporativa
6. Blog personal
7. Uso de las redes sociales
8. Plan de Comunicación

+ Información Gratis

+ Información Gratis

www.formacioncontinua.eu

información y