EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Branding: Diseño y Gestión Estratégica de la Marca + Titulación Universitaria en Inbound Marketing

Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos **Euroinnova**

2 | **Rankings**

3 | **Alianzas** y acreditaciones

4 | By **EDUCA EDTECH Group**

5 | **Metodología LXP**

6 | **Razones** por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y **Becas**

8 | Métodos de **pago**

9 | **Programa** Formativo

10 | **Temario**

11 | Contacto

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminetemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de **19** años de experiencia	Más de **300k** estudiantes formados	Hasta un **98%** tasa empleabilidad
Hasta un **100%** de financiación	Hasta un **50%** de los estudiantes repite	Hasta un **25%** de estudiantes internacionales

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Desde donde quieras y como quieras,

Elige Euroinnova

QS, sello de excelencia académica

Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia.**

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.

QS WORLD UNIVERSITY RANKINGS

Ranking Educativo Innovatec

EUROPEAN EXCELLENCE EDUCATION

EL MUNDO

LOS MEJORES MASTERS EN CIBERSEGURIDAD ★ CyberEOP ★

MASTER

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Ver en la web

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group** , que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación

EDUCA EDTECH Group

ONLINE EDUCATION

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

inesem business school

INEAF BUSINESS SCHOOL

red educa.net

inesalud

EDU SPORT

oposiciones docentes

educaopen

enalde Alta Dirección Empresarial

EDUCA business school

ESIBE ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO

INOVA SCHOOL OF MANAGEMENT

Structuralia Engineering eLearning

UDAVINCI

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.

1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar dónde, cuándo y cómo quera.

2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.

3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.

4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.

5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.

6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

Programas

PROPIOS UNIVERSITARIOS OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- Más de **18 años de experiencia.**
- Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- Alumnos de los 5 continentes.
- **25%** de alumnos internacionales.
- **97%** de satisfacción
- **100% lo recomiendan.**
- Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales.** Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología

100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.

APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva

EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.

NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

4. Calidad Aenor

- ✓ Somos Agencia de Colaboración Nº99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001

5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.

6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial.**

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster 100 % sin intereses y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca **ALUMNI**

20% Beca **DESEMPLEO**

15% Beca **EMPRENDE**

15% Beca **RECOMIENDA**

15% Beca **GRUPO**

20% Beca **FAMILIA NUMEROSA**

20% Beca **DIVERSIDAD FUNCIONAL**

20% Beca **PARA PROFESIONALES, SANITARIOS, COLEGIADOS/AS**

Solicitar información

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:

innovapay

Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.

Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:

y muchos mas...

Protección al Comprador

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Branding: Diseño y Gestión Estratégica de la Marca + Titulación Universitaria en Inbound Marketing

DURACIÓN

MODALIDAD
ONLINE

ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO

CREDITOS
4 ECTS

Titulación

El Master en Branding: Diseño y Gestión Estratégica de la Marca le prepara para tener una visión amplia sobre las diferentes estrategias de branding a realizar en el entorno del marketing digital, especializándose en inbound marketin y posicionamiento online.

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con Número de Documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EUROINNOVA en la convocatoria de XXX

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX

Con un nivel de aprovechamiento ALTO

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en

Granada, a (día) de (mes) del (año)

La Dirección General

NOMBRE DEL DIRECTOR ACADÉMICO

Sello

Firma del Alumno/a

NOMBRE DEL ALUMNO

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Descripción

Si quiere especializarse en el concepto de branding y realizar estrategias en el marketing online dentro de este ámbito este es su momento, con el Master en Branding: Diseño y Gestión Estratégica de la Marca podrá adquirir los conocimientos necesarios para desenvolverse de manera profesional en este entorno. El Inbound Marketing consiste en hacer que el usuario sea el que encuentra a la marca, realizando diferentes estrategias para conseguirlo, por lo que realizar procesos para optimizar el branding en el entorno digital a partir de este concepto puede ser muy interesante para las empresas u organizaciones.

Objetivos

- Conocer la importancia del marketing mix en las empresas digitales.
- Aprender sobre el Branding y posicionamiento en Internet.
- Aprender sobre la Planificación de estrategias de generación y cualificación de leads. Hubspot.
- Conocer las distintas estrategias de publicidad que ofrecen Internet y los dispositivos móviles, así como aprender a crear campañas y promociones de venta online.
- Aprender a crear campañas y promociones de venta online.
- 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…
- Aprender el papel del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial.
- Conocer las bases fundamentales del marketing online y el posicionamiento web.
- Conocer la información y recursos que ofrece Google Analytics.

Para qué te prepara

Este Master en Branding: Diseño y Gestión Estratégica de la Marca está dirigido a todos aquellos profesionales del entorno del marketing que quieran especializarse en las estrategias de branding en el ámbito online.

A quién va dirigido

El Master en Branding: Diseño y Gestión Estratégica de la Marca le prepara para tener una visión amplia sobre las diferentes estrategias de branding a realizar en el entorno del marketing digital, especializándose en inbound marketin y posicionamiento online.

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Salidas laborales

Marketing digital / Experto en Inbound marketing / Branding.

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MARKETING MIX EN LAS EMPRESAS DIGITALES

1. Producto
2. Precio
3. Distribución
4. Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS DE INTERNET

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. La respuesta del internauta a los estímulos de marketing
3. Construir una estrategia adaptada al comportamiento del internauta
4. Variables que inciden en el comportamiento del internauta

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRANDING Y POSICIONAMIENTO EN INTERNET

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y Nuevas tendencias

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. El plan de marketing digital
2. Análisis de la competencia
3. Análisis de la demanda
4. DAFO, la situación actual
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento, competitiva y de crecimiento
7. Posicionamiento e imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5: INBOUND MARKETING

1. Marketing de Contenidos
2. Planificación de estrategias de generación y cualificación de leads. Hubspot
3. Posicionamiento SEO
4. Usabilidad web
5. Claves en la creación de landing pages
6. Email marketing
7. Branded Content y Transmedia: Storytelling y viralidad

8. Video Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES DE LA WEB 2.0 EN MARKETING

1. Formularios de contacto
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones en línea
5. Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
6. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 10. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

1. Marketing de relaciones
2. Del CRM al e-CRM
3. Estrategia de atención al cliente
4. Optimización en la gestión del Marketing Relacional
5. Real Time Management
6. Social CRM y Generación de leads

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

PARTE 2. EXPERTO EN BRANDING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Concepto y clasificación
2. La comunicación comercial
3. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
4. El comportamiento de los usuarios de Internet
5. La información y sus requisitos
6. Marketing e Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ONLINE

1. La Web 2.0
2. Los blogs como medio de comunicación
3. Formularios de contacto
4. Marcadores sociales
5. Aplicaciones en línea
6. Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRANDING. LA MARCA EN INTERNET

1. Publicidad en social media
2. La marca y el branding
3. El storytelling
4. Más allá de la difusión de la marca: el mobile marketing y otras técnicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIA EN LAS REDES SOCIALES

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. ¿Qué vamos a comunicar?
3. Importancia y repercusión de las redes sociales
4. Por dónde comunicamos. Tipos de redes sociales.
5. Desventajas de las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD

1. ¿Qué es la creatividad?
2. Los encargados de la creatividad en las empresas
3. El briefing creativo
4. La creatividad en el medio digital
5. La técnica del Copywriting
6. Formatos y técnicas para aplicar la creatividad
7. El packaging como elemento creativo
8. El Portafolio

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

PARTE 3. MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

MÓDULO 1. MARKETING DIGITAL, REDES SOCIALES Y WEB 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 1. VIEJAS NORMAS DEL MARKETING Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción
2. La publicidad como un nicho financiero de recursos inútiles
3. El marketing unidireccional de interrupción
4. Antiguas normas del Marketing
5. Las relaciones públicas y la prensa
6. Aún importan los medios
7. Las notas de prensa
8. Antiguas normas de las relaciones públicas
9. Ignore las viejas normas del juego

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NUEVAS NORMAS DEL MARKETING Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. La teoría de la Larga Cola
2. La importancia del contenido
3. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas
4. Afinidad entre el marketing y las relaciones públicas en la Web

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS COMPRADORES

1. Introducción
2. El marketing adecuado ante un mundo nuevo por explorar
3. Deje que el mundo le conozca
4. ¿Qué información demanda el consumidor?
5. Prototipo de comprador
6. La clave es pensar como un editor
7. Sea directo al contar la historia de su empresa
8. Permita que el contenido motive la acción
9. El contenido posiciona a una empresa como líder de ideas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AUDIENCIA A LA QUE SE DIRIGEN LOS MEDIOS SOCIALES

1. Introducción
2. Medios sociales
3. La búsqueda de empleo en las redes sociales
4. Los blogs ¿Son lugares valiosos?
5. Participe en foros en línea
6. El lugar que ocupa en los foros
7. Wikis
    1. - ¿Cómo crear su propio Wiki?

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO

1. Tipos de Marketing

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

1. - El Marketing tradicional
2. - El Marketing electrónico

2. Proceso de implantación del Marketing
    1. - Etapa primera
    2. - Etapa segunda
    3. - Etapa tercera
    4. - Etapa cuarta
3. El mercado
    1. - ¿Qué es el mercado?
    2. - Examinar el mercado
    3. - Examinar a nuestros clientes
    4. - Fases en la decisión de compra
    5. - Actitud de la clientela
    6. - Fidelización de la Clientela

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN

1. Comunicación de Internet Herramientas
    1. - Herramienta Mix promocional
    2. - Correo electrónico
    3. - Listas de correo
    4. - Chat y Grupos
    5. - Banner
2. Herramientas de Marketing Mix
    1. - Producto o servicio
    2. - Importe
    3. - Reparto
    4. - Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARKETING DESDE UNA PÁGINA WEB

1. Página Web como marketing
    1. - Crear nuestra página
    2. - Evaluación de la página Web
    3. - Mejorar la estrategia de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

1. ¿Qué es Comercio Electrónico?
2. Usos del comercio electrónico
3. Usuarios del comercio electrónico
4. Categorías del comercio electrónico
    1. - B2B: Business To Business (Comercio electrónico entre empresas)
    2. - B2C: Business To Costumer (Comercio electrónico entre la empresa y el consumidor)

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMERCIO ELECTRÓNICO VENTAJAS E INCONVENIENTES

1. El comercio electrónico y sus ventajas
    1. - Ventajas en las empresas
    2. - Ventajas en los consumidores

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Inconvenientes del comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLOGS

1. ¿Qué es un blog?
    1. - Historia
    2. - Anatomía de un blog
    3. - Características del blog como herramienta de publicación
    4. - Software blog: WordPress, Mobable Type
2. El blog como herramienta de marketing en la empresa
    1. - ¿Por qué lanzar un blog corporativo?
    2. - ¿En qué consiste el servicio de lanzamiento de un Blog corporativo?
    3. - ¿Por qué debería confiar en mí para lanzar un Blog corporativo?
    4. - ¿Cuánto cuesta este servicio?
3. Cómo hacer un blog único y exitoso
4. Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)
5. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero
6. Estrategias de crecimiento de un blog
    1. - El contenido es el rey
    2. - SEO (Optimización para motores de búsqueda)
7. Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Tecnhorati…
    1. - Principales Plataformas Gratuitas de Blogging
8. Los blogs y foros más importantes de España
9. Herramientas avanzadas de monitorización
10. Tipos de Blog
11. Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MICROBLOGGING

1. Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno
2. Herramientas para optimizar el uso de twitter
3. Como hacer crecer tú marca en twitter
    1. - ¿Qué es twitter? ¿Qué no es twitter?
    2. - El alcance del fenómeno
    3. - Algunos conceptos básicos (comandos)
    4. - Usos de Twitter
    5. - Estrategias de uso
    6. - Herramientas
4. Otros sistemas de microblogging
    1. - Jaiku

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS
2. Qué es un Podcast y cómo utilizarlos
    1. - Origen
    2. - Contenidos de un podcast
    3. - ¿Cómo se escucha un podcast?
    4. - ¿Dónde se almacenan los podcast?
    5. - ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

3. Cómo redactar mejores post

UNIDAD DIDÁCTICA 13. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

1. ¿Qué es una comunidad?
2. Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
    1. - Estrategia 1: Soporte a la comunidad
    2. - Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad
    3. - Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales
3. Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
4. Facebook - Guía de Facebook
    1. - Aplicaciones imprescindibles para la Página de Fans de Facebook de tu Negocio
5. Twitter - Guía de Twitter
    1. - Cómo utilizar Twitter para mejorar el SEO de tu Web
6. YouTube - Guía de YouTube
    1. - Como buscar y encontrar vídeos en YouTube de forma rápida
    2. - Consejos y sugerencias para mejorar tus vídeos en YouTube
    3. - Cómo sacar un máximo rendimiento y eficacia a la página de YouTube
    4. - Estrategias avanzadas para la promoción de vídeos en YouTube
7. Tuenti - Guía de Tuenti

UNIDAD DIDÁCTICA 14. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
    1. - ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?
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
    1. - Cómo hacer correctamente un envío de Email
    2. - ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 15. EL PROCESO DE COMPRA INFLUENCIADO POR EL CONTENIDO WEB

1. Introducción
2. Clasificar a los compradores
3. Mecanismos principales de su sitio Web dirigidos a los compradores
    1. - Los estilos y medios de comunicación favoritos del comprador
    2. - Exprese una personalidad
    3. - Las fotos e imágenes como medio de Expresión
    4. - Incluir herramientas de contenido interactivo
    5. - Posibilite el envío de comentarios
    6. - Facilite un medio para que los clientes se comuniquen entre sí
    7. - Cree contenido que pueda convertirse en viral
4. Diríjase a un nicho específico a través de las fuentes RSS
5. Vincular el contenido al ciclo de ventas directamente
6. Algunas consideraciones más
7. Modelo de marketing de código abierto

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 16. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. Introducción
2. Facebook
3. MySpace
4. Twitter
    1. - Términos relacionados con Twitter
5. Promoción personal en las redes sociales
6. Cuidar la relación con tus fans
7. La red social adecuada para su marca
8. Abarcar todas las redes sociales es imposible
9. Saca el máximo partido a las redes sociales
10. Tome la iniciativa

UNIDAD DIDÁCTICA 17. EL MARKETING DE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA

1. Introducción
2. Ser el primero en los resultados de Google
3. Optimizar el motor de búsqueda
4. La larga cola de las búsquedas
5. Originalidad
6. Motivar la acción a través de las páginas de destino de la Web
7. En un mercado dividido ¿Cómo es el marketing de los motores de búsqueda?

MÓDULO 3. MARKETING DIGITAL (VIDEOTUTORIALES)

1. Antiguas normas de Marketing y relaciones públicas
2. Nuevas normas de Marketing
3. El contenido como creación de ideas
4. Wikis
5. El poder de los blogs
6. Perfiles de comprador y la Web de Obama
7. El proceso de compra y el contenido web
8. Podcast y FeedBurner
9. La sala de prensa en línea
10. La importancia de los buscadores

PARTE 4. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

1. Introducción al Marketing online
    1. - Internet como canal de comunicación
    2. - Conceptualización del marketing online
    3. - Comparativa frente al marketing tradicional
    4. - Características del marketing online

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Fundamentos del marketing online
3. Implementar la estrategia de marketing online
4. Niveles de acercamiento al marketing online
5. Modelos de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB

1. Elementos del entorno web: sitio y páginas
2. HTML: el lenguaje web
3. Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
4. Plataformas más comunes
5. Conceptos sobre servidores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción al comercio electrónico
2. Tipos de comercio electrónico
    1. - B2C
    2. - B2B
    3. - Otros
3. Objetivos y estrategias
4. Venta de productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB

1. Introducción al posicionamiento Web
2. ¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
3. Posicionamiento natural y posicionamiento patrocinado
4. Palabras más buscadas
    1. - Formas de búsqueda del usuario
    2. - Sitios o palabras a la hora de posicionar
    3. - Etapas de recolección de palabras clave
    4. - Herramientas para las palabras clave
    5. - Escogiendo las palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

1. Motores de búsqueda
    1. - Tipos de motores de búsqueda
    2. - Funcionamiento de los buscadores
    3. - Principales buscadores del mundo
2. Introducción al posicionamiento SEO
3. Funciones del posicionamiento SEO
    1. - Funciones del SEO Manager
4. Herramientas SEO
5. Planificación de una estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

1. Técnicas SEO on-page
    1. - Estructura del Sitio web

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. - Landing Page
3. - Maquetación en HTML5
4. - Maquetación en CSS3
5. - Creación de metas
6. - Modificación en código
7. - Creación de URL friendlys dinámicas
8. - Vínculos internos y externos
9. - Densidad de palabras

2. Técnicas SEO off-page
    1. - Link Baiting
    2. - Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)
    3. - Creación de enlaces en Redes Sociales
    4. - Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
3. Técnicas SEO avanzadas
    1. - La semántica y el Social Media como protagonistas
    2. - Rich Snippets
    3. - Microdatos y microformatos
    4. - Schema, RDFa y Open Graph

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)

1. Introducción a la publicidad en buscadores
2. Conceptos clave
3. Inversión en anuncios publicitarios
    1. - Ubicación de los anuncios
    2. - Creación del anuncio
    3. - Número uno en el ranking
4. Principales plataformas del marketing en buscadores
5. Google AdWords
    1. - Iniciar cuenta en Google AdWords
    2. - Creación de campañas para el buscador Google
6. Bing Ads
    1. - Iniciar sesión en Bing Ads
    2. - Crear una campaña nueva en Bing Ads
7. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS

1. KeyWords Hunting: selección de palabras clave
    1. - Claves de la elección de palabras clave
    2. - Nivel de competencia de cada palabra clave
    3. - KeyWords: Long Tail
    4. - KeyWords: genéricas
2. Herramientas de búsqueda de palabras clave
    1. - Google Keyword Planner
    2. - Google Trends
    3. - Google Suggest
    4. - SEMrush
    5. - SISTRIX

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1. Inbound Marketing
2. Introducción al Marketing de Contenidos
3. Redacción de contenido en Internet orientado a SEO
4. Estructura del contenido
5. Técnicas para generar contenido
6. Marketing de contenido visual
7. Marketing de Contenidos para mejorar la imagen de marca

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. Introducción al Plan Social Media
2. Principales plataformas Social Media en España
3. Profesionales de las redes sociales
    1. - Community Manager
    2. - Record Manager
    3. - Social Media Planner
    4. - Social Media Marketing (SMM)
    5. - Social Media Optimization (SMO)
4. Factores a medir en Social Media para conocer la eficacia
5. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
6. Cómo crear un Social Media Plan para el Negocio
7. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

PARTE 5. GOOGLE ANALYTICS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Como funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?
8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos
11. Eventos

12. Porcentaje de abandono
13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics
20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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
    1. - Visión general
    2. - Datos demográficos
    3. - Intereses
    4. - Información geográfica
    5. - Comportamiento
    6. - Tecnología
    7. - Móvil
    8. - Personalizado
    9. - Comparativas
14. Enlazar cuenta de Google AdWords con Google Analytics
15. AdWords

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PERSONALIZAR GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a las alertas
2. Crear alerta personalizada
3. Casos de Alertas personalizadas
4. Informes personalizados
5. Ejemplo de un informes personalizados
6. Cuentas
7. Objetivos y embudos de conversión
8. Determinar objetivos y embudos de conversión
9. Filtros: Crear un filtro
10. Configurar seguimiento del comercio electrónico

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

11. Segmentos avanzados
12. Expresiones regulares
13. Presentación de AdWords
14. Presentación de AdSense

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS A DIARIO

1. Google Analytics en Android
2. Google Analytics en iPhone
3. Google Analytics para otros dispositivos móviles
4. Google Analytics para Firefox
5. Gestionar vistas
6. Extensiones Google Chrome para Google Analytics
    1. - Stats Checker for Google Analytics
    2. - Google Analytics Opt-out
    3. - Google Analytics Debugger
    4. - Ghostery
    5. - Social Analytics
7. Ayuda de Google Analytics
8. Google Analytics Qualified Individual
9. Google Analytics Certified Partner

PARTE 6. LETTERING Y BRANDING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL CURSO LETTERING Y BRANDING

1. Objetivos del curso Lettering y branding y público objetivo
2. Archivos base de Lettering y branding
3. Diferencia entre caligrafía, lettering y tipografía
4. ¿Logotipo, isotipo, imagotipo, isologo?
5. Lettering como logotipo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIGRAFÍA Y BOCETADO

1. Todo comienza en la caligrafía
2. Herramientas caligráficas
3. Bocetado de nuestra palabra
4. Primera capa de la palabra Logotipo
5. Segunda capa de la palabra Logotipo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRABAJO EN ILLUSTRATOR

1. Introducción a Illustrator
2. Mesa de trabajo de Illustrator
3. Herramientas de Illustrator
4. Flujo de trabajo de Illustrator
5. Metodología de vectorización

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LETTERING MONOLINEAL

1. Creación de nuevo documento para el lettering monolineal
2. Vectorización de la primera letra: L
3. Vectorización de la primera letra minúscula: o
4. Vectorización de letra con rasgo descendente: g
5. Vectorización de letra con rasgo ascendente: t
6. Vectorización de ligadura: t_i
7. Vectorización de los últimos caracteres
8. Florituras y swashes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LETTERING MODULADO

1. Creación de nuevo documento para el lettering modulado
2. Vectorización de L
3. Vectorización de la o
4. Vectorización de la g con rasgo descendente y floritura
5. Vectorización de la t con rasgo ascendente
6. Vectorización de ligadura t_i en modulado
7. Vectorización de los últimos caracteres modulados

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FINALIZANDO NUESTROS IMAGOTIPO

1. Imagotipo monolineal
2. Imagotipo modulado
3. Despedida del curso Lettering y branding

PARTE 7. TIPOGRAFÍA Y BRANDING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL CURSO TIPOGRAFÍA Y BRANDING

1. Objetivos del curso Tipografía y branding y público objetivo
2. Archivos base de Tipografía y branding
3. ¿Qué es una tipografía / fuente / tipo de letra?
4. Clasificación tipográfica
5. ¿Logotipo, isotipo, imagotipo, isologo?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE BOCETADOS

1. Bocetado
2. Bocetado imagotipo
3. Isotipo de la marca
4. Palabra logotipo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRABAJO EN ILLUSTRATOR

1. Introducción a Illustrator
2. Mesa de trabajo de Illustrator
3. Herramientas de Illustrator

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

4. Flujo de trabajo de Illustrator
5. Metodología de vectorización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CREACIÓN DEL IMAGOTIPO

1. Creación de nuevo documento
2. Dibujo del isotipo
3. Colocamos las guías
4. Formas de vectorizar una letra
5. Dibujo de letra base: o
6. Dibujo de letra recta: i
7. Dibujo de letra a partir de letras anteriores: p
8. Dibujo de la letra g y ajuste de proporciones
9. Dibujamos la letra semicurva: l
10. Dibujo de letra con trazo horizontal: t
11. Primera composición del logotipo
12. Expandimos y comprobamos nodos
13. Demos personalidad a nuestro logotipo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ALTERNATIVA: EN MAYÚSCULAS Y EN NEGRITA

1. Creación de nuevo documento
2. Diseño de letra recta: L
3. Diseño de letra curva: O
4. Diseño de letra oblicua: A
5. Dibujo de letra a partir de letras anteriores: G
6. El resto de caracteres
7. Añadiendo personalidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FINALIZACIÓN DE IMAGOTIPO

1. Espaciado y kerning: qué es
2. Espaciado y kerning: hacerlo
3. Composición imagotipo
4. Aplicación de color al imagotipo
5. Elección de tipografía anexa
6. Despedida del curso Tipografía y branding

PARTE 8. RECURSOS MULTIMEDIA SOBRE BRANDING PROFESIONAL

Ver en la web

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

Llamadme gratis | ¡Matricularme ya!

!Encuéntranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH, C.P. 18.200, Maracena (Granada)

+34 958 050 200

formacion@euroinnova.com

www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!

Ver en la web

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

EUROINNOVA

INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

By
EDUCA EDTECH
Group