



EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Duración: 710 horas

Precio: 999 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.



Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Descripción

Este Master en Marketing Online le ofrece una formación especializada en la materia. En la actualidad saber publicitar una idea, un producto o un servicio es complicado, existe una publicidad masiva que trata de demostrarnos que todos los productos o servicios son mejores. Hacer que el cliente se decante por una u otra es cuestión de crear un anuncio en el que el cliente identifique el producto con satisfacción de su necesidad. Para ello este ofrece la posibilidad de aprender marketing digital y redes sociales, concretamente a partir del aprendizaje de los diferentes medios de publicidad online y la eficacia de cada uno de ellos.

Euroinnova Business School

Euroinnova Business School, es una escuela de negocios avalada por 5 universidades y múltiples instituciones a nivel internacional. En el siguiente enlace puede ver los

cursos Homologados

Además Euroinnova cuenta con más de 10.000

cursos online

Puede matricularse hoy con un 10% de descuento, si se matricula online en el siguiente enlace:



Al formar parte de Euroinnova podrás disponer de los siguientes servicios totalmente gratis, además de pasar a formar parte de una escuela de negocios con un porcentaje de satisfacción de más del 95%, auditada por agencias externas, además de contar con el apoyo de las principales entidades formativas a nivel internacional.



Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

A quién va dirigido

Este Master en Marketing Online esta dirigido a todas las personas con interés profesional, o por motivos personales en la comunicación online, redes sociales y marketing comercial en general, más concretamente en el aprovechamiento del negocio apoyado en las nuevas tecnologías; marketing estratégico y el entorno en Internet.

Objetivos

- 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...
- Proporcionar una visión amplia sobre el Marketing en el entorno de Internet.
- Abordar el estudio de los aspectos del marketing estratégicos, con el objeto de que se obtenga una idea integral a la hora de plantearse la creación y el rentable aprovechamiento de un negocio apoyado en las Nuevas Tecnologías.
- Conocer las ventajas que ofrece el Marketing on-line con respecto al Marketing tradicional.
- Adquirir los conocimientos necesarios para responsabilizarse de campañas de comunicación corporativas en los medios sociales.
- Conocer las características diferenciales de las redes sociales más populares.
- Concienciarse sobre la importancia de medir el retorno de la inversión en medios sociales.
- Aprender a planificar una campaña de email marketing integrada dentro de su estrategia de Marketing Online.
- Conocer los factores clave para diseñar emails totalmente efectivos y analizar los resultados obtenidos en cada envío.

Para que te prepara

Este Master en Marketing Online te prepara para saber aplicar de modo profesional o personal las principales técnicas de comunicación online, marketing digital y redes sociales. Ofreciendo para ello una visión amplia del marketing y las diferentes estrategias disponibles para el aprovechamiento y la rentabilidad del negocio apoyado en las nuevas tecnologías.

Salidas laborales

Marketing digital / Social media / Medios sociales.

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Marketing Online con 600 horas expedida por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales - Titulación Universitaria en Redes Sociales con 4 Créditos Universitarios ECTS



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

TITULACIÓN EXPEDIDA POR
EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



3ª Mejor Escuela de Negocios
España
(RANKING EL ECONOMISTA)

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, 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 institución que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).

Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



EUROINNOVA FORMACION

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

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 EUROINNOVA en la convocatoria de 2014
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 23 de Abril de 2014

La dirección General

Ei/La interesado/a

Sello



INTERNATIONAL COMMISSION ON DISTANCE EDUCATION
On Statute Consultive, Consejo Especial de Consejo Económico y Social de la UNESCO (plum, Resolución 60/4)

Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Llama gratis al 900831200 e informate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. Además recibirá los materiales didácticos que incluye el curso para poder consultarlos en cualquier momento y conservarlos una vez finalizado el mismo. La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Materiales didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Redes Sociales'
- Manual teórico 'Análítica Web Avanzada'
- Manual teórico 'Análítica Web Básica'
- Manual teórico 'Marketing Digital'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'
- Manual teórico 'Inbound Marketing'
- CDROM 'Marketing Digital, Redes Sociales y Web 2.0'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plan 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.



Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de 12 meses para la finalización del curso, a contar desde la fecha de recepción de las mat del mismo.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Agencia de colocación autorizada N° 9900000169

Club de alumnos

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.

Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

Programa formativo

PARTE 1. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS DEL MARKETING

- 1.Introducción
- 2.La publicidad tradicional ¿un nicho financiero de recursos inútiles?
- 3.El marketing unidireccional de interrupción
- 4.Características del Marketing tradicional
- 5.Relaciones públicas
- 6.Medios de comunicación tradicionales
- 7.Notas de prensa
- 8.Normas antiguas de las relaciones públicas
- 9.Evitando viejas normas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DIGITAL Y LAS RELACIONES PÚBLICAS ACTUALES

- 1.Long Tail
- 2.La importancia del contenido
- 3.Tendencias del Marketing actual
- 4.Marketing y relaciones públicas en la Web

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CLIENTE: ¿QUÉ NECESITA?

- 1.Introducción
- 2.Nuevas técnicas de marketing adecuado ante un mundo nuevo llamado Internet
- 3.Cobrar importancia en Internet
- 4.¿Qué necesita el futuro cliente?
- 5.Prototipo de comprador
- 6.Pensar como un editor, para crear contenido de calidad
- 7.Contenido directo con nuestro objetivo
- 8.Contenido motivador
- 9.El contenido posiciona a una empresa como líder de ideas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AUDIENCIA A LA QUE SE DIRIGEN EL MARKETING DIGITAL

- 1.Introducción
- 2.Medios sociales en Internet
- 3.Buscando empleo por Internet
- 4.Importancia de un Blog
- 5.Participación en línea

6.El lugar que ocupa en los foros

7.Wikis

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING ELECTRÓNICO

1.El Marketing tradicional

2.El Marketing electrónico

3.Etapas de implantación del Marketing

1.- Etapa primera

2.- Etapa segunda

3.- Etapa tercera

4.- Etapa cuarta

4.El mercado

1.- Analizar el mercado

2.- Analizar a nuestros clientes

3.- Fases en la decisión de compra

4.- Comportamiento del cliente

5.- Fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN: INTRODUCCIÓN Y HERRAMIENTAS

1.Herramientas de Comunicación de Internet

1.- Herramienta Mix promocional

2.- Correo electrónico

3.- Listas de correo

4.- Chat y Grupos

5.- Banner

2.Herramientas de Marketing Mix

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Introducción al Comercio Electrónico

2.Usos del comercio electrónico

3.Participantes que intervienen en el comercio online

4.Categorías del comercio electrónico

1.- B2B: Business To Business (Comercio electrónico entre empresas)

2.- B2C: Business To Customer (Comercio electrónico entre la empresa y el consumidor)

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Ventajas del comercio electrónico

1.- Ventajas en empresas

2.- Ventajas en los consumidores

2.El comercio electrónico y sus inconvenientes

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1.Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia

1.- Variables a tener en cuenta en nuestro Social Media

2.Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media

3.Creando Social Media Plan

4. Cómo utilizar el Social Media Marketing para aumentar las ventas
- 5.5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. ROI “Retorno de inversión”
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 10. EL PROCESO DE COMPRA INFLUENCIADO POR EL CONTENIDO WEB

1. Introducción
2. Determinar 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.- Habilitar 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

PARTE 2 . REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERTO EN TECNOLOGÍAS DE LA WEB 2.0

1. Origen de la Web 2.0
2. Principales características de la Web 2.0
3. Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
4. Ventajas de la Web 2.0
5. Nuevas tendencias: la Web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERTO EN APLICACIONES WEB 2.0

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 EN LA SOCIEDAD

1. Usuarios de Internet en España
2. El usuario 2.0
3. Arquitectura de la Participación
4. Usabilidad y accesibilidad

5. Usos de la Web 2.0 en la Educación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1. Historia de las redes sociales
2. Definición de las redes sociales
3. Diccionario básico de las redes sociales
4. Servicios de redes sociales
5. Importancia e impacto social de las redes sociales
6. Profesiones de las redes sociales
7. Ventajas y desventajas de las redes sociales
8. Uso responsable de las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1. Clasificación de las redes sociales
2. Redes sociales horizontales o generales
3. Redes sociales verticales o especializadas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA MOBILE

1. Redes sociales en dispositivos móviles
2. Tipos de redes sociales móviles
3. Riesgos de las redes sociales móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 7. USO RESPONSABLE DE LAS REDES SOCIALES

1. Sociedad digital e interactiva
2. Internautas protegidos
3. Enredados en un mundo de grandes oportunidades
4. El internauta responsable

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES

1. Servicios en las Redes Sociales
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Protección de la Privacidad, Honor, Intimidación y Propia Imagen
4. Protección de la Propiedad Intelectual
5. Protección de los consumidores y usuarios
6. Delitos en las redes sociales
7. Menores e incapaces en las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y qué no es?

- 2.¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
- 3.Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
- 4.El día a día de un Community Manager
- 5.Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
- 6.Definir las metas de un Community Manager
- 7.Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EXPERTO EN OPTIMIZACIÓN DE REDES SOCIALES

- 1.Promoción personal en las redes sociales
- 2.Cuidar la relación con tus fans
- 3.La red social adecuada para su marca
- 4.Abarcar todas las redes sociales es imposible
- 5.Saca el máximo partido a las redes sociales
- 6.Tome la iniciativa

PARTE 3. 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
- 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
 - 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

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 4. ANALÍTICA WEB BÁSICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?

- 1.Introducción
- 2.La Analítica Web: un reto cultural
- 3.¿Qué puede hacer la analítica web por ti o tu empresa?
- 4.Glosario de Analítica Web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PERFIL DEL ANALISTA WEB

- 1.Un nuevo perfil profesional, para una nueva actividad
- 2.¿Qué hace un analista web?
- 3.Herramientas del Analista

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS

- 1.Conceptos Básicos
- 2.Creación de una cuenta Google Analytics
- 3.Perfil de sitio Web
- 4.Código de seguimiento
- 5.Objetivos
- 6.Informes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADWORDS

- 1.Introducción
- 2.Los anuncios de Google AdWords
- 3.Definiciones básicas
- 4.Ventajas de Google AdWords
- 5.Google Adsense
- 6.Analytics VS AdWords

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A SEO

- 1.Introducción
- 2.Factores de valoración y ranking

3. Indexación de un sitio Web
4. Elegir keywords
5. Últimas conclusiones y consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANALÍTICA WEB BÁSICA. INTRODUCCIÓN

1. La analítica web en la actualidad
2. Definiendo la analítica web
3. El salto a la Analítica web moderna

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ELECCIÓN DE UNA ESTRATEGIA

1. Conocer nuestra situación
2. Seleccionando a nuestro proveedor
3. Diferencias entre proveedores
4. Seleccionar a los finalistas y realizar pruebas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ¿CÓMO MEDIR NUESTROS RESULTADOS? LAS MÉTRICAS

1. Introducción
2. Visitas y visitantes
3. Tiempo en la página y tiempo en el sitio
4. Tasa de rebote
5. Tasa de salida
6. Tasa de Conversión
7. Fidelidad
8. Identificar las “buenas” métricas
9. Cómo conseguir una buena métrica web

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BUENAS PRÁCTICAS EN LA ANALÍTICA WEB

1. Conceptos básicos
2. Los mejores informes de analítica web
3. Prácticas Indispensables

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALIZAR EL CLICKSTREAM

1. Búsqueda interna de nuestro sitio
2. Análisis de la optimización SEO
3. Tráfico de la búsqueda orgánica
4. Indexar por motores de búsqueda
5. Objetivos, ingresos y rentabilidad (ROI)
6. Búsquedas de Pago PPC
7. Tráfico Directo
8. Campañas de Mailing
9. Análisis avanzado: flash, vídeo y widgets

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA ANALÍTICA WEB

1. Las cookies de seguimiento del visitante
2. Muestreo de datos
3. Valor de los datos
4. Conciliar los datos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUANTITATIVA

1. Identificar los factores críticos
2. Otros factores que conviene medir
3. Las macro y microconversiones
4. Medir el valor económico
5. Sitios sin comercio: valores a medir
6. Medición de sitios B2B

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ANALIZAR LA INFORMACIÓN CUALITATIVA

1. Introducción
2. La Usabilidad Web
3. Pruebas Online y a Distancia
4. Las encuestas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. DEFINICIÓN DE KPIS

1. Definición de KPIS
2. KPI, CSF y metas
3. Principales KPIS
4. Ejemplos de KPIS
5. Supuesto práctico: Calculo de KPI con Excel.

PARTE 5. ANALÍTICA WEB AVANZADA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PODER DE LAS PRUEBAS

1. Introducción
2. Tipos de Test: A/B y MVT
3. Consejos prácticos para la realización de pruebas
4. Realización de pruebas controladas
5. Consejos útiles para la realización de pruebas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CI: INTELIGENCIA COMPETITIVA

1. Introducción
2. Recopilar datos de Inteligencia Competitiva
3. Análisis del tráfico de sitios web
4. Búsquedas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALÍTICA WEB 2.0. MÓVILES Y VÍDEOS

1. Introducción
2. La nueva web social y como medir datos
3. Las aplicaciones
4. Analizar el comportamiento desde el móvil
5. Analizar el rendimiento de los vídeos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANALÍTICA WEB 2.0. REDES SOCIALES

1. Análisis de Blogs
2. Coste y beneficios de escribir en un blog
3. Nuestro impacto Twitter

4.Métricas para Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROBLEMAS Y SOLUCIONES DE LA ANALÍTICA WEB

- 1.La calidad de los datos
- 2.Obtener datos válidos
- 3.¿En que basarnos para la toma de decisiones?
- 4.Beneficios de análisis multicanal

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MÁS ALLÁ DE LOS DATOS

- 1.Segmentación en base al comportamiento
- 2.Predicción y Minería de datos
- 3.Rumbo a la analítica inteligente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PRINCIPIOS AVANZADOS DE LA ANALÍTICA WEB I

- 1.Introducción
- 2.El contexto manda
- 3.Ampliar nuevos horizontes
- 4.Valores Reales
- 5.Medir KPIs no procesables

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRINCIPIOS AVANZADOS DE LA ANALÍTICA WEB II

- 1.La Cola
- 2.Valor de la palabra clave
- 3.Análisis PPC
- 4.Campaña multitouch
- 5.Medición online

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EXPECTATIVAS PROFESIONALES DE LA ANALÍTICA WEB

- 1.Introducción
- 2.Perfiles de un analista web
- 3.¿Cómo lograr el éxito en el mundo de la analítica?
- 4.La necesidad de la organización

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ATRAER LA ATENCIÓN HACIA LOS DATOS

- 1.Introducción
- 2.Hacer la analítica atractiva
- 3.La importancia de un buen informe
- 4.Nuestra mejor arma: los evangelistas de marca

PARTE 6. 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
- 5.Características de Internet como medio del marketing digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

- 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

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
- 3.Los menús
- 4.Fichas de producto
- 5.Descripción de los servicios

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria

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 PERSONAL BRANDING

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

PROGRAMA DE BECAS PARA MASTER

Euroinnova cuenta con un programa de **becas de master** para ayudarte a decidir tu futuro, puedes entrar y solicitarla, Euroinnova cuenta con más de 2000 **master online** que puedes consultar y solicitar tu beca.

Haz clic para conocer nuestro catálogo de **cursos online**

Terminos relacionados:

2.0, accesibilidad, AJAX, Alojamiento, Amigos, Analítica, Analytics, aplicación, Aplicaciones, Autoridad, Blog, Buscadores, Búsqueda, Búsqueda de pago, Búsqueda natural, Búsqueda orgánica, Campaña, Chat, Cola, Comercio, comprador, configuración, contactos, Contenido, Contenidos optimizados, Contiendo, Controles, Conversacionales, Conversiones, Cuenta, Datos, digital, Dinámicos, electrónico, Empresas, Estrategia, Facebook, Feed, Filtros, Flickr, Foto, Frames, fuentes, Google, Google Analytics, Gráficos, Herramientas, Inbound, Indexación, Indicadores Clave de Rendimiento, Informes, instalación, Interacción, Internet, Jerigonza, KPI, Landing Page, Larga, LinkedIn, Mapas de calor, marca, Marcadores, Marketing, Media, menú, Métricas, Motor de Búsqueda, motores, Myspace, notas, Online, optimización, página, páginas, Páginas de entrada, Páginas por visita, Páginas vistas, Palabras clave, Paneles, perfil, Podcast, Podcasting, Posicionamiento, Prensa, Principal, profesional, Propiedades, Prototipo, públicas, Publicidad, Red Social, Redes, Registro, Relaciones, Reputación online, Robots, RSS, Scripts, Segmentos, SEM, SEO, social, Social Media, sociales, Spider, Tablón, Tags, Tasa Conversión, Tasa Rebote, Tasa Salida, Timeline, Trafico, Tráfico de búsqueda, Tuenti, Tweet, Twitter, Usabilidad, usuario, Video, Visitantes únicos, Visitas, Web, Weblog, Wiki, Youtube

Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

FICHA DE MATRICULACIÓN

Para efectuar su matrícula sólo tiene que hacernos llegar esta ficha con sus datos personales vía email a formacion@euroinnova.com.

POSTGRADO EN QUE DESEA MATRICULARSE: :

.....

Nombre:

Apellidos:.....

DNI/ID/Pasaporte:.....

Domicilio envío:

..... CP:.....

Localidad:.....

Provincia:..... País:.....

Teléfono:..... E-mail:.....

Horario de entrega (Mañana o tarde).....

Forma de pago

Observaciones:.....

Una vez recibidos los datos personales, uno de nuestros asesores pedagógicos contactará con usted para concretar la matrícula y confirmarle cuando va a recibir todos los materiales en su domicilio.



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

DESDE ESPAÑA LLAMA GRATIS A:
900 831 200

DESDE FUERA DE ESPAÑA:
+ 34 958 05 02 00

EUROINNOVA FORMACIÓN
POLÍGONO INDUSTRIAL LA ERMITA.
EDIF. CENTRO DE EMPRESAS GRANADA. OFICINA 1º D • 18230 ATARFE - GRANADA
Teléfono: 958 050 200

Información gratis Master en Marketing Online + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200