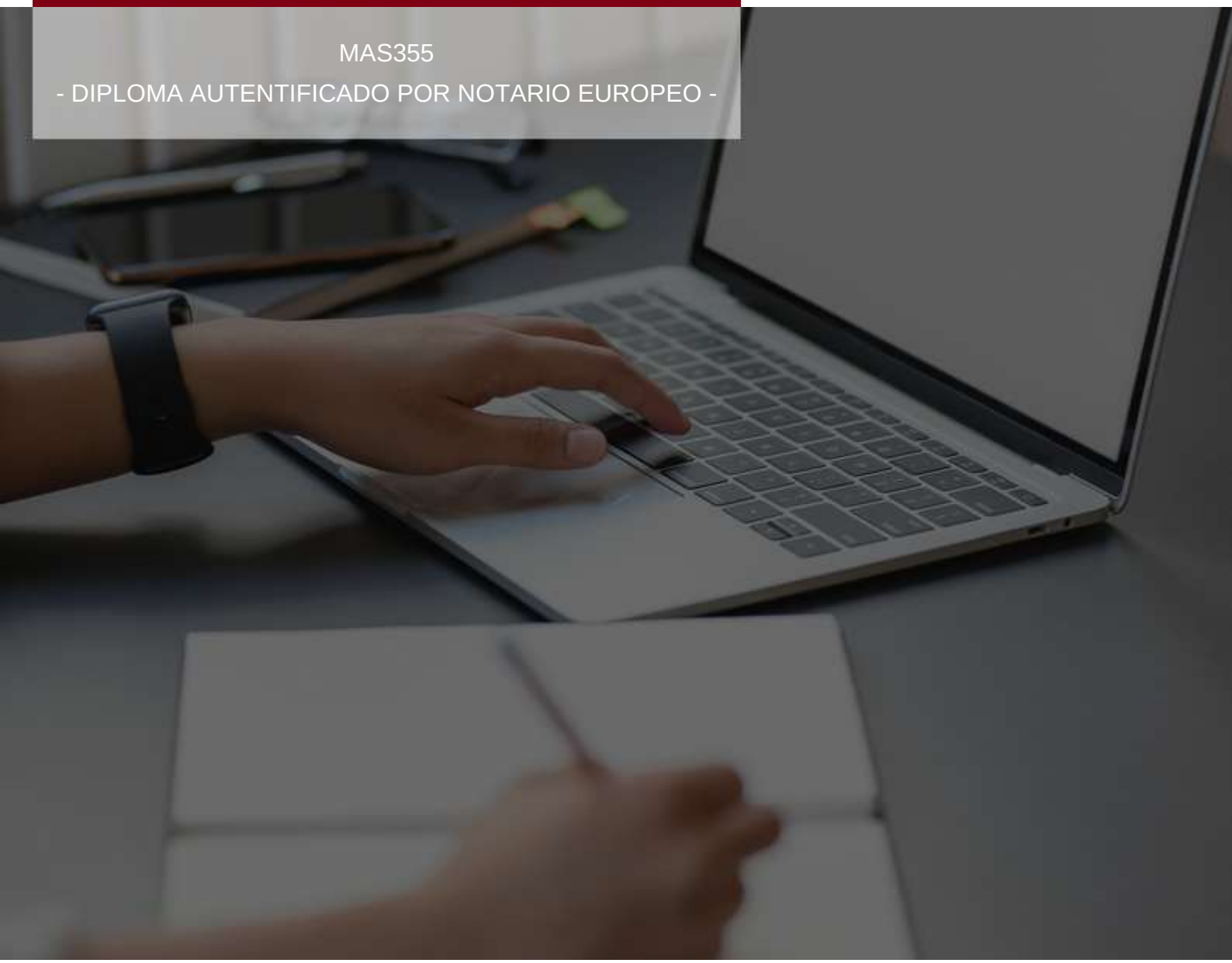
MÁSTER

MÁSTER EN INFLUENCER PROFESIONAL

MAS355

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



DESTINATARIOS

A través de este conjunto de materiales didácticos el alumnado podrá obtener una visión de la planificación de marketing, la política de producto, la política de precios, la política de distribución, la política de comunicación, el cool hunter profesional, la prehistoria y edad antigua, la edad media y renacimiento, los iconos de la moda y diseñadores del siglo xx, los cuidados y técnicas de embellecimiento personal, la indumentaria y su repercusión en la imagen personal, el estilismo en el vestir, las habilidades sociales del Personal Shopper, la web 2.0, etc.

Además, al final de cada unidad didáctica el alumno encontrará ejercicios de autoevaluación para poder evaluar el nivel y los conocimientos adquiridos en cada apartado.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo.**

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
600H

MODALIDAD
ONLINE
*La modalidad incluye módulos con clases en directo.

CURSO INICIAL
ONLINE

TUTORIAS
PERSONALIZADAS

IDIOMA
ESPAÑOL

DURACION
HASTA UN AÑO
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~1780 €~~
VALOR ACTUAL: 890 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "**MÁSTER EN INFLUENCER PROFESIONAL**", de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1

MARKETING

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. MARKETING TRADICIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y DEFINICIONES DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL MARKETING TRADICIONAL

1. Las 4P del *marketing*
   -Producto
   -Precio
   -Promoción
   -Punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN O MARKETING OFFLINE

1. *Copywriting*
2. Géneros periodísticos
   -Noticia
   -Entrevista
   -Editorial
   -Crónica
   -Reportaje
   -Nota de prensa
3. Comunicación eficaz
4. *Storytelling*

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BRANDING

1. Identidad corporativa
   -Dimensión expresiva
   -Atributos de marca
2. Imagen de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. Antecedentes de la RSC
2. *Triple bottom line*
   -Ámbito económico
   -Ámbito social
   -Ámbito ambiental

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. PUBLICIDAD TRADICIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS CONVENCIONALES

1. Televisión
2. Periódicos y revistas
3. Radio
4. Cine
5. Publicidad exterior

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS NO CONVENCIONALES

1. Patrocinio y mecenazgo
2. *Marketing* directo
3. *Merchandising*
4. Publicidad *display*

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEL MARKETING TRADICIONAL AL MARKETING DIGITAL

1. Las 4E y las 4F
2. Medios del *marketing* digital
   -Medios pagados
   -Medios propios
   -Medios ganados
3. Objetivos del *marketing* digital
   -Planteamiento de los objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS DE MARKETING

1. Estrategias de *inbound marketing*
   -Posicionamiento web
   -*Marketing* de contenidos
   -*Email marketing*
   -*Marketing* viral
   -*Video marketing*
   -Reputación *online*
2. Estrategias de *outbound marketing*
   -Publicidad *display*
   -*Intersitials*
   -*Remarketing* o *retargeting*
   -*Spots* audiovisuales
   -Campañas en redes sociales
   -Correo publicitario no deseado o *spam*

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. Estructura del plan de *marketing*

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GROWTH HACKING

1. Perfil del *growth hacker*
2. Herramientas de *growth hacking*

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. MÉTRICAS DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS MÉTRICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÉTODOS DE VALORACIÓN DE LA MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÉTRICAS DE PUBLICIDAD

1. *Gross rating point* (GRP)
2. Cuota de inversión o notoriedad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICAS DE MARKETING DIGITAL

1. Coste por clic (CPC)
2. Coste por mil impresiones (CPM)
3. *Click through rate* (CTR)
4. Índice de conversión (IDC)
5. Coste por visita (CPV)
6. Coste por adquisición (CPA)
7. Retorno de la inversión (ROI)

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. COMERCIO ELECTRÓNICO O E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORIGEN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Ventajas del comercio electrónico
2. Desventajas del comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Transacciones entre las administraciones y otras personas físicas o jurídicas (G2C)
2. Transacciones entre organizaciones (B2B)
3. Transacciones intraorganizacionales (B2E)
4. Transacciones entre empresas y consumidores finales (B2C)
5. Transacciones entre particulares (C2C)
6. Otras clasificaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)

1. WordPress
2. WooCommerce
3. PrestaShop
4. Magento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Chats y bots

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CASOS DE ÉXITO

1. Amazon
2. Alibaba
3. Zalando

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. DISEÑO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO WEB

1. Accesibilidad
2. Usabilidad
   -Pirámide de prioridades
3. Interfaz

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE UN PROYECTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HTML O LENGUAJE WEB

1. Estructura básica de un documento HTML

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ARQUITECTURA WEB

1. Inicio o *home*
2. Categorías
3. Fichas del producto
4. Carrito de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO RESPONSIVE

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA

PARTE 2

MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE RED SOCIAL

1. Evolución de las redes sociales
2. Características de las redes sociales
3. Tipos de redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DE REDES SOCIALES EN LA EMPRESA

1. Características del marketing de redes sociales
2. Estrategias de marketing en las redes sociales
3. Utilidad del marketing de redes sociales en la empresa
   -Utilidad de las redes sociales en las funciones del marketing
   -Utilidad de las redes sociales en relación con el consumidor
4. Reputación online
   -Dimensiones de la reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FIGURAS PROFESIONALES

1. Social media manager
2. Community manager

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. FUNCIONAMIENTO DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. META

1. Funciones de Meta
2. Páginas comerciales
   -Configuración de la página comercial
   -Herramientas de la página comercial
3. Analítica en Meta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTAGRAM

1. Funciones de Instagram
2. Instagram para empresas
3. Hashtags
4. Colaboraciones
   -Administrador de colaboraciones
5. Estadísticas de Instagram

UNIDAD DIDÁCTICA 3. X

1. Funciones de X
   -Temas y listas
   -Tendencias
2. X para empresas
3. Analítica en X
   -Panel de actividad de posts y panel de actividad de video

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LINKEDIN

1. Funciones de LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
   -LinkedIn Recruiter
3. Analítica en LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TIKTOK

1. Funciones de TikTok
2. TikTok para empresas
3. Analítica en TikTok

UNIDAD DIDÁCTICA 6. YOUTUBE

1. Funciones de YouTube
2. YouTube para empresas
   -Obtener ingresos en YouTube
   -Estrategia creativa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OTRAS REDES SOCIALES

1. WhatsApp
2. Snapchat
3. Pinterest

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA PLAN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISEÑO EN LAS REDES SOCIALES

1. Recomendaciones de diseño para redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA DEL SOCIAL MEDIA PLAN

1. Análisis inicial de la marca
2. Definición del público objetivo
3. Establecimiento de objetivos
4. Implantación de la estrategia
5. Análisis de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE CRISIS EN REDES SOCIALES

1. Plan de gestión de crisis en redes sociales
   -Fase de prevención
   -Fase de reacción
2. Pasos para definir el protocolo de crisis
3. Claves para el manejo de crisis

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

1. Invertir en SMO
2. Técnicas de SMO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE SMO

1. Herramientas de publicación y monitorización
   -Hootsuite
   -Metricool
   -Buffer
   -AgoraPulse
2. Herramientas de gestión integral

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. META ADS

1. Objetivos
   -Tipos de anuncios para objetivos específicos
2. Segmentación del público
3. Emplazamiento del anuncio
4. Presupuesto
5. Anuncios
   -Administrador de anuncios
   -Optimización: Ads Manager
   -Análisis: Píxel de Meta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTAGRAM ADS

1. Objetivos
2. Anuncios
3. Segmentación de públicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKEDIN ADS

1. Anuncios
   -Sponsored Content
   -Sponsored Messaging
   -Text Ads
   -Dynamic Ads
2. Presupuesto
3. Administrador de anuncios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. X ADS

1. Tipos de campañas
   -Campaña de lanzamiento
   -Campaña para conectar
   -Campaña de alcance
   -Campaña de reproducciones de video
   -Campaña de reproducciones pre-roll
   -Campaña de descargas de la app
   -Campaña de clics en el sitio web
   -Campaña de interacción
   -Campaña de seguidores
2. Productos de apropiación
   -First View
   -Tendencia Promocionada
3. Formatos
4. Segmentación
5. Analytics
   -Paneles clave
6. Medición

UNIDAD DIDÁCTICA 5. YOUTUBE ADS

1. Formatos publicitarios
2. Anuncios TrueView In-Stream
3. Presupuesto
4. Segmentación
5. Content ID
6. YouTube Analytics
   -Estadísticas de YouTube Studio
7. Crear un anuncio de video

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TIKTOK ADS

1. Objetivos
2. Formatos de anuncio
   -TopView
   -TopView Lite
   -Anuncios In-Feed
   -Branded Hashtag Challenge
   -Branded Hashtag Challenge Plus
   -Branded Effects
3. Segmentación
4. Presupuesto
5. Medición y seguimiento
   -TikTok Píxel

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. SOCIAL CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SOCIAL CRM

1. Herramientas de social CRM
2. Data mining
3. Sistemas de información geográfica

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GENERACIÓN DE LEADS

1. Tipos de leads
2. Herramientas para captar leads
   -Lamding page
   -Formularios
   -Thank you page
   -Follow up email
3. Técnicas y métodos para captar leads y Social Leads
   -Social Login en web
   -Soporte al cliente basado en Social Login
   -Wifi para captar Social Leads
   -Contenido descargable
   -Email marketing
   -Video marketing
   -Ads
   -Marketing en buscadores
   -Co-branding
   -Campañas interactivas
   -Técnicas offline

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING RELACIONAL

1. Características del marketing relacional
2. Tipos de relaciones con los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

1. Fidelizar al cliente
   -Estrategias y técnicas de fidelización
2. Atención al cliente tradicional
   -Derechos del consumidor
3. Atención al cliente en la era digital
   -Características del cliente digital
   -Customer digital experience

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA

PARTE 3

POSICIONAMIENTO Y ANALÍTICA WEB

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MOTORES DE BÚSQUEDA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

1. Rastreo e indexación
2. Algoritmos de búsqueda
3. Aparecer en Google
4. Google PageRank
5. Autoridad de dominio y autoridad de página

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PALABRAS CLAVE

1. *Long tail keywords*
2. *Keyword research*

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECTRICES PARA *WEBMASTERS*

1. Penalizaciones de Google

Resumen
Autoevaluación

MÓDULO 2. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*

1. Funciones SEO
2. SEO *manager*

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS SEO

1. *Black hat* SEO
2. *Grey hat* SEO
3. *White hat* SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEO TÉCNICO

Resumen
Autoevaluación

MÓDULO 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: TÉCNICAS SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS SEO *ON PAGE*

1. Estructura interna de la página web
2. Títulos y descripciones
3. Encabezados
4. Optimización del contenido
5. Optimización de las imágenes
6. Enlazado interno y externo

7. Optimización de URL
8. Velocidad de carga
9. Experiencia del usuario

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS SEO *OFF PAGE*

1. *Link building*
2. Construcción de marca
3. *Marketing* de contenidos
4. Relaciones públicas
5. SEO local
6. Redes sociales
7. Foros
8. *Marketing* de *influencers*
9. Eventos
10. Artículos de invitado
11. *Podcasts*
12. Reseñas
13. Distribución de contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA SEO

Resumen
Autoevaluación

MÓDULO 4. POSICIONAMIENTO PATROCINADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SEARCH ENGINE *MARKETING*

1. Objetivos
2. Ventajas y desventajas
3. Conceptos básicos de una estrategia SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CAMPAÑA DE SEM

1. Método para comprar publicidad
2. Algoritmos y métricas relevantes
3. Concordancia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GOOGLE ADS

1. Creación de una cuenta
   -Configuración de la primera campaña
2. Estructura de la campaña
3. Tipologías de campaña
4. Formatos de anuncio
   -Extensiones del anuncio
   -Posición del anuncio
   -Estado del anuncio o la extensión
5. Objetivos de la campaña
6. Presupuesto y pujas
7. Segmentación por audiencias
8. Medición de los resultados
   -Principales métricas de rendimiento
   -Retorno de la inversión
   -Tráfico al sitio web
   -Notoriedad de la marca
9. Optimización de la campaña

UNIDAD DIDÁCTICA 4. *REMARKETING* EN GOOGLE ADS

1. Tipologías de *remarketing*
2. Ventajas del *remarketing*

Resumen
Autoevaluación

MÓDULO 5. WORDPRESS I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UN BLOG?

1. Características generales de un blog
   -Características técnicas
   -Características sociales
2. Mantenimiento y visibilidad
3. Tipologías de blog
4. Blog para empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. WORDPRESS

1. Productos de WordPress
   -Blogs
   -Páginas web
   -Dominios
   -*E-commerce*
   -Otros productos
2. Funcionalidades de WordPress
   -Temas
   -*Plugins*
   -*Widgets*
   -Google Apps
3. Diseño *responsive* de WordPress

Resumen
Autoevaluación

MÓDULO 6. WORDPRESS II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONFIGURACIÓN DE WORDPRESS

1. Panel de administración
2. Páginas
3. Entradas
4. Categorías y etiquetas
5. Contenidos multimedia
6. Comentarios
7. Usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEO EN WORDPRESS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GOOGLE ANALYTICS EN WORDPRESS

1. ¿Cómo activar Google Analytics en WordPress?

Resumen
Autoevaluación

MÓDULO 7. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?

1. Objetivos y funciones de la analítica web
   -Implementación de procesos de medición
   -*Clickstream*
   -Experimentación y *testing* A/B
   -Análisis de resultados
   -Informe de datos
2. Herramientas de analítica web
3. Auditoría web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNDAMENTOS DE GOOGLE ANALYTICS

1. Dimensiones y métricas
2. Audiencias
3. Principales porcentajes
   -Porcentaje de rebote
   -Porcentaje de salidas o de abandono
4. Página de destino
5. Evento
6. Conversión
7. Objetivo
8. Visita o usuario único

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COOKIES

1. ¿Qué ley regula las *cookies*?
2. Tipologías de *cookies*
   -*Cookies* según la entidad que las gestiona
   -*Cookies* según su finalidad
   -*Cookies* según su plazo de activación
3. Eliminación de *cookies*

UNIDAD DIDÁCTICA 4. JAVASCRIPT

1. JavaScript y Google Analytics

Resumen
Autoevaluación

MÓDULO 8. GOOGLE ANALYTICS I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS

1. Google Analytics 4

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNCIONAMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONFIGURACIÓN DEL SEGUIMIENTO WEB

1. Instrucciones básicas para configurar la etiqueta global
2. Implementación de una etiqueta de Universal Analytics con Google Tag Manager
3. Errores habituales en la configuración de la etiqueta
4. Recogida de datos de una aplicación móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ADS Y GOOGLE ANALYTICS

1. Vinculación de las cuentas
2. Seguimiento de las conversiones
3. Datos distintos en los informes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. JERARQUÍA

1. Organizaciones

2. Cuentas
3. Propiedades
4. Vistas
5. Usuarios y permisos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTERFAZ

1. Página ‘Administrar’

Resumen
Autoevaluación

MÓDULO 9. GOOGLE ANALYTICS II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INFORMES

1. Tipologías de informes
   -Informes ‘En tiempo real’
   -Informes ‘Audiencias’
   -Informes ‘Adquisición’
   -Informes ‘Comportamiento’
   -Informes ‘Conversiones’
2. Informes personalizados
3. Comparación de periodos
4. Comparación de datos
5. Exportar y compartir informes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBJETIVOS

1. Tipologías de objetivos
2. Límites de objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGMENTOS

1. Tipologías de segmentos
2. Creación, aplicación y eliminación de segmentos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FILTROS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ALERTAS PERSONALIZADAS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EXTENSIONES DE GOOGLE CHROME

1. Google Tag Assistant Recordings
2. WASP Web Analytics
3. Google Analytics Debugger

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GOOGLE MARKETING PLATFORM

1. *Partners* de Google Marketing Platform

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GOOGLE ANALYTICS INDIVIDUAL QUALIFICATION

UNIDAD DIDÁCTICA 10. AYUDA DE GOOGLE ANALYTICS

Resumen
Autoevaluación

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA