

MAESTRÍA



SELECT
BUSINESS SCHOOL

MAESTRÍA INTERNACIONAL EN DIGITAL BUSINESS

LSBS007

- DIPLOMA ACREDITADO POR APOSTILLA DE LA HAYA -



DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Digital Business** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer el marketing online y posicionamiento web, el entorno web, el comercio electrónico, las técnicas SEO y SEM, el marketing de contenidos, el desarrollo directivo en control de gestión, la dirección estratégica, la dirección organizacional, la toma de decisiones, la organización y control del plan de medios de comunicación, la gestión de recursos humanos, la gestión financiera y la gestión comercial de ventas. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán hacer un seguimiento autónomo sobre el avance del curso y reforzar aquellos aspectos que considere oportunos.

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
1050H



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: ~~5600~~ \$

VALOR ACTUAL: 1400 \$

*Importe expresado en Dólares Americanos

INCLUYE APOSTILLA

Los diplomas llevan la Apostilla de la Haya, mediante la que se reconoce y garantiza la autenticidad y validez del Diploma en cualquier país firmante del convenio.

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MAESTRÍA INTERNACIONAL EN DIGITAL BUSINESS**”, de SELECT BUSINESS SCHOOL.

Además, dispone del reconocimiento **Cum Laude**. Este distintivo lo otorga Emagister a los centros educativos y escuelas de negocios, que hayan recibido la mejor valoración de los servicios formativos prestados por los estudiantes.

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1

MARKETING ESTRATÉGICO I

INTRODUCCIÓN

MODULO 1. PRINCIPIOS DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE MARKETING

1. Conceptos básicos del *marketing*
2. Valor del *marketing*

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL MARKETING

1. Orientaciones del *marketing*
2. Tendencias actuales del *marketing*

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIMENSIONES DEL MARKETING

1. *Marketing* estratégico
 - Fases del *marketing* estratégico
 - Sistemas de información de *marketing*
2. *Marketing* operativo
3. *Marketing* estratégico vs. *marketing* operativo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ÁMBITOS DE APLICACIÓN DEL MARKETING

1. *Marketing* empresarial
2. *Marketing* no empresarial
3. *Marketing* ecológico

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ÉTICA DEL MARKETING

1. Código deontológico de la American Marketing Association

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 2. MARKETING MIX

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE MARKETING MIX

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRODUCTO

1. Tipos de productos o servicios
2. Atributos, marca, *packaging* y etiquetado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRECIO

1. Métodos para fijar precios
2. Estrategias de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIÓN

1. Tipos de canales de distribución
2. Intermediarios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROMOCIÓN

1. Publicidad
2. Promoción de ventas
3. Relaciones públicas
4. Venta personal
5. *Marketing* directo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EVOLUCIÓN DE LAS 4P

1. Modelo de las 7P
2. Modelo de las 4C

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

1. Factores socioculturales
2. Factores políticos y legales
3. Factores económicos
4. Factores tecnológicos y científicos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

1. Recursos y capacidades de la empresa
2. Proveedores
3. Intermediarios
4. Clientes
5. Competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Identificación, evaluación y selección de la competencia
2. Niveles de la competencia
3. Métodos para identificar a la competencia
4. Análisis de los competidores
 - Benchmarking*
5. Ventaja competitiva

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DAFO

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 4. ANÁLISIS DEL MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO

1. Mercado de referencia y producto-mercado
 - Ampliación del mercado de referencia

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA DE MERCADO

1. Mercados según la demanda
2. Estados de la demanda

3. Análisis de la demanda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGMENTACIÓN

1. Métodos de segmentación
2. Estrategias de segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO

1. Proceso de posicionamiento

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 5. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOS DE CONSUMIDORES

1. Características de los clientes
2. Comportamiento de los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RELACIÓN CON EL CLIENTE

1. *Marketing* relacional
 - Relaciones con el cliente
 - Relaciones con los públicos
2. Lealtad del cliente
3. Fidelización del cliente
 - Programas de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR

1. Modelos de medición de la satisfacción del cliente
 - Barómetro sueco de satisfacción del cliente
 - Índice estadounidense de satisfacción del cliente
 - Barómetro noruego de satisfacción del cliente
 - Índice europeo de satisfacción del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS DESLEALES

Resumen

Espacio didáctico

Solucionario

MARKETING ESTRATÉGICO II

MÓDULO 6. APLICACIÓN DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MISIÓN Y OBJETIVOS CORPORATIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS DE MARKETING

1. Estrategias de ventaja competitiva
 - Estrategias de liderazgo en costes
 - Estrategias de diferenciación
 - Estrategias de enfoque o especialización

2. Estrategias según el entorno y los competidores
 - Estrategias para líderes de mercado
 - Estrategias para empresas retadoras
 - Estrategias para empresas seguidoras
 - Estrategias para especialistas en nichos
3. Estrategias de crecimiento, mantenimiento y desinversión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA CARTERA DE PRODUCTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CANALES DE MARKETING

1. Modelos convencionales o *above the line*
 - Televisión y cine
 - Radio
 - Prensa
 - Publicidad exterior
 - Internet
2. Modelos no convencionales o *below the line*
 - Marketing* de guerrilla
 - Marketing* directo
 - Telemarketing*
 - Marketing* de *influencers*
 - Patrocinio y mecenazgo
 - Merchandising*

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 7. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEL MARKETING TRADICIONAL AL MARKETING DIGITAL

1. Medios empleados
 - Medios propios u *owned media*
 - Medios pagados o *paid media*
 - Medios ganados o *earned media*
2. Objetivos del *marketing* digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Segmentación de mercado y *buyer* persona

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

1. *Marketing* de contenidos
2. *Marketing* viral
3. Vídeo *marketing*
4. Posicionamiento en motores de búsqueda
 - Search engine optimization* (SEO)
 - Search engine marketing* (SEM)
5. Estrategias de redes sociales
 - Social Ads
6. *Email marketing*
7. *Automation marketing*
8. *Mobile marketing*
9. Publicidad *online*: *display* y publicidad nativa
10. *E-commerce*

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GROWTH HACKING

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

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 8. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. UTILIDAD DEL PLAN DE MARKETING

1. Mapa de ejecución

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING

1. Análisis de la situación
2. Análisis PEST o PESTEL
3. Análisis SWOT, DAFO, FODA
4. Plan estratégico de mercado
5. Estrategia de *marketing mix*
6. Presupuesto de *marketing*
7. Medición de resultados
8. Valoración de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ADAPTACIÓN AL MARKETING DIGITAL

1. Estructura del plan
 - Análisis de la situación y del entorno
 - Establecimiento de los objetivos
 - Diseño de las estrategias
 - Seguimiento de los resultados

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 9. MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE RESULTADOS I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MÉTRICAS DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÉTRICAS DE CAMPAÑA

1. Métricas de adquisición de clientes
2. Métricas de rentabilidad comercial del cliente
3. Métricas de rentabilidad comercial del producto
4. Métricas de publicidad
5. Métricas de calidad

Resumen

Espacio didáctico

MÓDULO 10. MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE RESULTADOS II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MÉTRICAS DIGITALES

1. Métricas para SEO

2. Métricas para SEM
3. Métricas para *e-commerce*
4. Métricas para *emailing*
5. Métricas para redes sociales
6. Métricas para vídeo
7. Métricas para móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ERRORES A EVITAR

Resumen

Espacio didáctico

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA

PARTE 2

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. EMPRESAS EN EL SECTOR DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA

1. Innovación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO DE LAS TIC

1. Potencialidades de las TIC

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIGITALIZACIÓN EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RECURSOS DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM)

1. Pilares del *customer experience*
2. Mejorar el *digital customer experience*

Resumen

Autoevaluación

MÓDULO 2. TECNOLOGÍA APLICADA A LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Características de la comunicación digital
2. Herramientas de la comunicación digital
 - Medios digitales corporativos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

1. Modelos experimentales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. E-COMMERCE

1. Creación de una *e-commerce*
 - Catálogo de productos
 - Diseño de la página web
 - Medios de pago
 - Relación con el cliente
 - Información sobre el pedido
 - Seguridad

Resumen

Autoevaluación

MÓDULO 3. SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL SEO?

1. Tipos de SEO
2. Consultoría de *keywords*

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MOTORES DE BÚSQUEDA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

1. Tipos de estructura web
 - Modelo secuencial
 - Modelo jerárquico
 - Modelo en red

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROBLEMAS CON EL SEO

1. Penalizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS SEO

1. Estructura de la página
2. Estrategias de redacción
 - Títulos de página
 - Metadescripción
 - Primeros párrafos

Resumen

Autoevaluación

MÓDULO 4. JOOMLA! I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS CMS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ¿QUÉ ES JOOMLA!?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INSTALACIÓN

1. Pantalla inicial e idioma

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONFIGURACIÓN INICIAL

1. Configuración global
 - Pestaña 'Sitio'
 - Pestaña 'Sistema'
 - Pestaña 'Servidor'
 - Pestaña 'Registro'
 - Pestaña 'Filtros de texto'
 - Pestaña 'Permisos'

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTENIDO

1. Artículos y categorías
2. Campos
3. Multimedia

Resumen

Autoevaluación

MÓDULO 5. JOOMLA! II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MENÚS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. USUARIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EXTENSIONES

1. Tipos de extensiones
 - Plugins*
 - Módulos
 - Componentes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PERSONALIZACIÓN

1. Gestión de las plantillas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SEGURIDAD

1. Problemas de seguridad
2. Medidas de seguridad

Resumen

Autoevaluación

Solucionario

MÓDULO 6. WORDPRESS I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES WORDPRESS?

1. Principales ventajas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTALACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESCRITORIO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ENTRADAS

1. Agregar una nueva entrada
2. Configuración de la entrada
 - Categorías
 - Etiquetas
3. Editar una entrada

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEDIOS

1. Agregar un archivo nuevo a la biblioteca de medios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PÁGINAS

1. Agregar una nueva página
2. Editar una página

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMENTARIOS

Resumen

Autoevaluación

MÓDULO 7. WORDPRESS II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. APARIENCIA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLUGINS

1. Formularios y encuestas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. USUARIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. AJUSTES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGURIDAD

1. Problemas de seguridad
2. Medidas de seguridad

Resumen

Autoevaluación

MÓDULO 8. PRESTASHOP I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES PRESTASHOP?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTALACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PANEL DE ADMINISTRACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PEDIDOS

1. Facturas
2. Facturas por abono
3. Albaranes de entrega
4. Carritos de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CATÁLOGO

1. Productos
2. Categorías
3. Monitoreo
4. Atributos y características
5. Marcas y proveedores
6. Archivos
7. Descuentos
8. *Stock*

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CLIENTES

1. Direcciones

Resumen

Autoevaluación

MÓDULO 9. PRESTASHOP II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SERVICIO AL CLIENTE

1. Mensajes de pedidos
2. Devoluciones de mercancía

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTADÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÓDULOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TRANSPORTE

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PAGO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNACIONAL

1. Localización
2. Ubicaciones geográficas
3. Impuestos
4. Traducciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PARÁMETROS DE TIENDA

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PARÁMETROS AVANZADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGURIDAD

1. Problemas de seguridad
2. Medidas de seguridad

Resumen

Autoevaluación

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA

PARTE 3

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 4

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

PARTE 5

MÓDULO 1. LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS CLAVE

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 2. LOS MERCADOS Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DE MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3. DETERMINANTES DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONDICIONANTES INTERNOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CARACTERÍSTICAS DEL COMPRADOR

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 4. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. VARIABLES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DE INFORMACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 5. FORMATOS EXISTENTES EN LAS FUENTES INTERNAS Y EXTERNAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CRITERIOS DE ACEPTACIÓN O RECHAZO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE FORMATOS PARA RECOGIDA DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 6. LOS ENCUESTADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTECEDENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SELECCIÓN DE ENCUESTADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORMACIÓN DE ENCUESTADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTODOS DE CONTROL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRESUPUESTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE INFORMES

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 7. CONCEPTOS APLICABLES A LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL: SOCIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS SOCIOLÓGICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS PSICOLÓGICOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 8. ESTADÍSTICA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TABULACIÓN Y SUS TÉCNICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROBABILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MUESTRA Y EL MUESTREO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTODOS DE CONTRASTE

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 9. EL SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (SIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SIM

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INFORMACIÓN DEL SIM

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 10. COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIONES ORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN ESCRITA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CORRESPONDENCIA COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN

Resumen

Autoevaluación

Solucionario

Bibliografía