EUROINNOVA FORMACION

INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL



European Master in Global Marketing 3.0. Social Media Strategy Expert

TITULACION UNIVERSITARIA
BAREMABLE OPOSICIONES
BOLSA DE TRABAJO
ADMINISTRACION PUBLICA

DURACIÓN:	**720 horas**
PRECIO:	**1.000 € ***
MODALIDAD:	Online
CRÉDITOS ECTS	**4,00**

Envio Gratis en 24h

* Matrícula, materiales didácticos, gastos de envío, tutorización personalizada y Titulación incluida.

Descripción



El auge de las empresas y negocios en Internet ha provocado una gran demanda de nuevos profesionales formados en Marketing Online para garantizar su éxito, debido a que su desarrollo y aplicación son distintos al marketing tradicional. Cada vez son más las empresas que se publicitan en Internet, y hoy por hoy no existen suficientes profesionales que dominen el Marketing a través de este medio. De igual modo las redes sociales han propiciado un nuevo concepto de marketing y relaciones públicas al que cada día acuden más profesionales, y cuyos resultados son sorprendentes. El presente curso dotará al alumno de los conocimientos esenciales en Marketing Global, Marketing Digital y Estratégico, Campañas de Publicidad Interactiva, Marketing Electrónico y Posicionamiento Web.

A quién va dirigido

Aquellos profesionales que quieran recurrir a las nuevas normas del marketing y las relaciones públicas para posicionar su marca o empresa en primer lugar dentro de los motores de búsqueda.

Objetivos

- Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales e Internet para tener mayor reputación y dominar las principales técnicas del marketing y comunicación online.
- Ser capaz de diseñar un buen programa de marketing de motores de búsquedas, siguiendo las nuevas normas de marketing y relaciones públicas.
- Aplicar los más recientes métodos existentes en relación a la promoción web haciendo uso de diversas herramientas Web 2.0 y Medios Sociales.
- Definir los objetivos y recursos de una campaña publicitaria online, definir las fases de implementación de una campaña con Google Adwords.
- Conocer los procesos de comunicación y promoción de la empresa a través de Internet desarrollando estrategias específicas en función del tipo de cliente.
- Conocer qué es el posicionamiento web y el funcionamiento básico de los buscadores; las diferencias entre posicionamiento natural y patrocinado y la elección de las estrategias de marketing más adecuada para conseguir los objetivos.

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

Titulación



Una vez finalizada la presente formación, y superadas la correspondientes evaluaciones con un nivel de aprovechamiento alto, el alumno va a recibir por parte de Euroinnova Business School la Titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimiento propuestas en la misma, y que certifica al alumno en el ámbito académico y profesional.

Esta titulación incluirá el nombre del Programa Formativo, la duración del mismo, el nombre, DNI o documento de identidad 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 instituciones que avalan la formación recibida.

Los máster Europeos conllevan titulación múltiple:

-Título de European Master in Global Marketing 3.0. Social Media Strategy Expert Expedido por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la impartición


EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

EUROINNOVA BUSSINES SCHOOL

como Escuela de Negocios acreditada para la impartición a nivel nacional de Formación Superior de Posgrado

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO

con D.N.I. 00000000A ha cursado la acción formativa de Postgrado

NOMBRE DEL MASTER EUROPEO

desarrollado dentro del Plan de Formación Superior de Posgrado impartido por Euroinnova Bussines School en colaboración con el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM)

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente EURB / 2011-1206-7

Con Calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en Granada a 25 de marzo de 2011

Profesor/a del curso — Director de Euroinnova Bussines School — Firma del alumno/a

NOMBRE DEL PROFESOR — JESÚS MORENO FUNDADOR — NOMBRE DEL ALUMNO

INESEM Instituto Europeo de Estudios Empresariales

- 1 Certificación Universitaria de 4 Créditos ECTS baremables en Oposiciones y Bolsas de Trabajo de la Administración Pública.

EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL



Forma de financiación

- Contrareembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal
- Wester Union

* La presente formación puede abonarse de forma fraccionada mediante tarjeta sin coste adicional

Para que te prepara

TITULACION UNIVERSITARIA
BAREMABLE OPOSICIONES
BOLSA DE TRABAJO
ADMINISTRACION PUBLICA

El presente Máster ofrece al alumno una visión global de las nuevas tendencias dentro del Marketing. Le aportará los conocimientos esenciales en Marketing Global, Marketing Digital y Estratégico, Campañas de Publicidad Interactiva, Marketing Electrónico y Posicionamiento Web.

Salidas laborales

WebMaster, Responsables de Agencias de Marketing y de Publicidad.

Metodología

Este Máster contiene una Metodología Online, se imparte mediante plataforma elearning. Una vez matriculada la persona, recibirá todos los materiales didácticos que incluye el curso para poder consultarlos en cualquier momento y conservarlos una vez finalizado el mismo.
La metodología de aprendizaje se basa en ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje marcado en el Campus Virtual, compuesto por una serie de temas y ejercicios. Al final de cada unidad didáctica el alumnado cuenta con una serie de autoevaluaciones, además de un examen final que abarca la totalidad temática y que deberá cumplimentarse de manera obligatoria.
En la Guía del alumno encontrará información más detallada sobre el Campus Online, metodología y sistema de evaluación e-learning.
Las titulaciones serán remitidas al alumno/a por correo una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto.
Todos nuestros contenidos, así como cada uno de los procesos de enseñanza-aprendizaje han sido cuidadosamente diseñados y secuenciados por nuestro Departamento de Metodología Didáctica, teniendo en cuenta criterios cognitivos del aprendizaje, así como variables individuales tales como la motivación, atención e intereses del alumnado.
Requisitos del Sistema

- Ordenador con conexión a Internet
- Recomendado el uso de Firefox
- Recomendada la actualización del reproductor de flash. Para ello entre en: http://get.adobe.com/es/flashplayer/

Materiales didácticos

- Manual teórico 'Presentación y Comercialización de Productos en la Rec
- Manual teórico 'Redes Sociales'
- Manual teórico 'Marketing Digital, Redes Sociales y Web 2.0'
- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Marketing Online y Posicionamiento Web'
- CDROM 'Google Adwords Avanzado'



Profesorado y servicio de tutorías

TITULACION UNIVERSITARIA
BAREMABLE OPOSICIONES
BOLSA DE TRABAJO
ADMINISTRACION PUBLICA

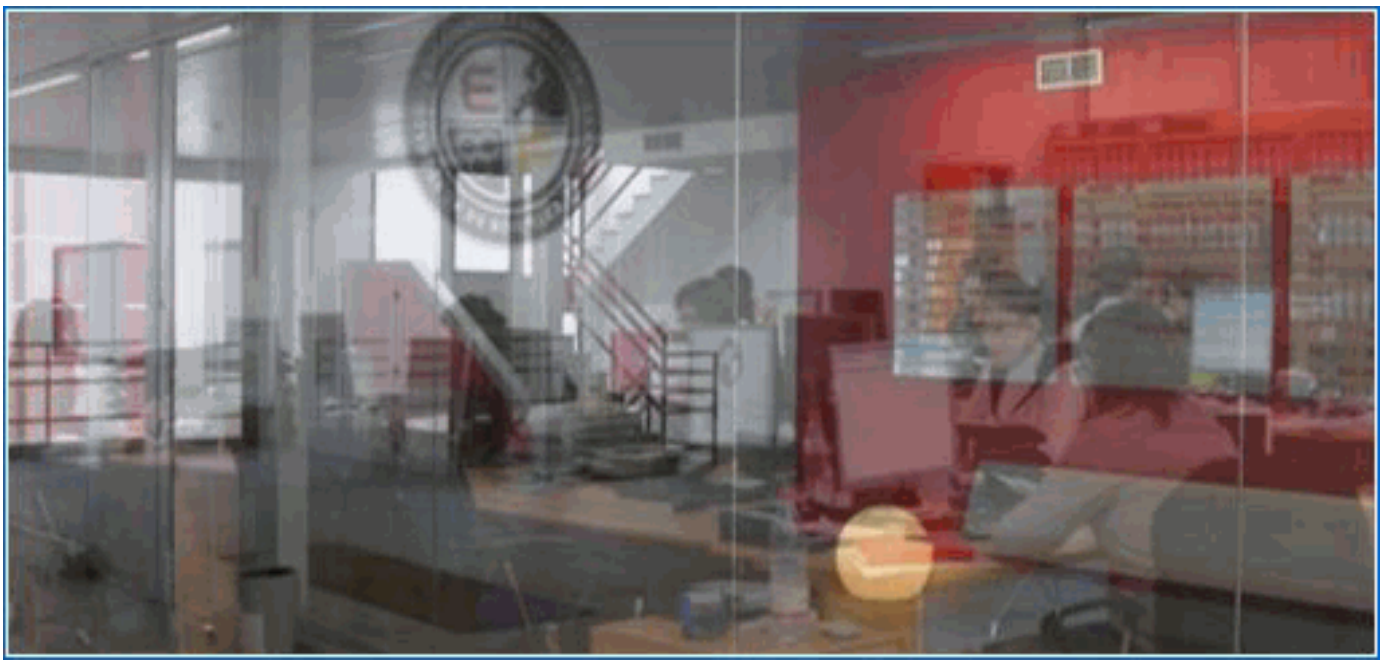
Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental.

Contamos con una extensa plantilla de 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 (de forma GRATUITA a través de una linea de teléfono fija con tarifa plana).
- **Por Skype**: El alumno podrá contactar de forma GRATUITA con su tutor utilizando el programa Skype.
- Utilizando **el Campus Virtual**: Los alumnos que se matriculen en un Programa Formativo Online pueden contactar con el equipo de tutores a través de las herramientas de la Plataforma E-Learning (chat, foros, buzón de trabajo, ...).



Plazo de finalización



El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

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

Matricúlate y accede gratuitamente a Ofertas de Empleo y bolsas de Trabajo de entidades públicas y privadas en toda España. Si buscas Empleo..., no lo dudes y benefíciate ya de la Bolsa de Empleo Online de EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL.

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.

Bolsa de prácticas



EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL dispone de un Departamento de Gestión de Prácticas que permite a los alumnos que lo deseen darse de alta para recibir ofertas de PRÁCTICAS y BECAS. Asimismo si conoces alguna empresa donde realizar prácticas puedes contactar con tu tutor y nuestro Departamento de Práticas se va a encargar de toda la tramitación con la empresa.

Recursos educativos gratis

A través de este servicio tanto profesores como antiguos alumnos pueden acceder de forma cómoda y sencilla a un gran número de recursos didácticos de gran utilidad pedagógica, y permanentemente actualizados.

Euroinnova Formación pone a disposición de todos los usuarios de la Comunidad Virtual Euroinnova el servicio de descarga gratuita de Recursos Educativos tales como diccionarios de consulta, bases de datos legislativas, materiales curriculares, unidades didácticas, herramientas para el desarrollo de contenidos didácticos en formato e-learning, software educativo, juegos pedagógicos, etc.

Servicios de postformación

Una vez realizada la Formación, los alumnos dispondrán, a través de éste servicio, del acceso a todas las actualizaciones y novedades relacionadas con la materia cursada.

Ejemplo: Si usted realizó en 2011 el Técnico Superior en Asesoría Laboral, puede ahora acceder a través de ésta sección a la Nueva Legislación, Descargar toda la Normativa Laboral Actualizada a día de hoy, así como Ver las Prácticas y Ejercicios Resueltos y Propuestos, etc.

Asociación de antiguos alumnos

TITULACION UNIVERSITARIA
BAREMABLE OPOSICIONES
BOLSA DE TRABAJO
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Benefíciate de forma ilimitada de un 10 % de descuento en la Matriculación de cualquiera de Nuestros Cursos a Distancia - Cursos Online y Master.

Todos tus amigos y familiares dispondrán también de un 10 % de descuento al matricularse. Para ello sólo tienen que indicar su condición de Amigos de un Antiguo Alumno e indicar su DNI al realizar su matrícula vía telefónica, o indicarlo en el campo de observaciones al matricularse vía web.

Benefíciate de formar parte de una comunidad virtual con más de 60.000 miembros en 16 países que como tú, han confiado en EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL Formación para la realización de su Formación Oficial de Postgrado.

Comparte experiencias, apuntes, ejercicios, etc. Participa en nuestros foros, conoce gente y siéntete parte de una de los más importantes proyectos de experiencia intercultural promovidos por un Centro de Estudios de Postgrado.

Comunidad en Facebook

Hazte fan de Euroinnova Business School en Facebook y participa de forma activa en la mayor comunidad educativa en las redes sociales, contactando con miles de alumnos y ex alumnos, participando en foros de opinión, conversando y compartiendo material didactico y recursos educativos con profesores y alumnos. Asimismo, accede a todas nuestras PROMOCIONES y BECAS a través de nuestra Comunidad Educativa en Facebook.

EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Programa formativo

TITULACION UNIVERSITARIA
BAREMABLE OPOSICIONES
BOLSA DE TRABAJO
ADMINISTRACION PUBLICA

PARTE 1. COMMUNITY MANAGER

TEMA 1. LA FIGURA DE UN COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager?
¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
Habilidades, aptitudes y actitudes del Community Manager
El día a día de un Community Manager
Conozcamos a algunos Community Manager de la empresa Española
Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
Definir las metas de un Community Manager
Tipos de Community Manager

TEMA 2. CASOS DE ÉXITO

Estrategias de éxito en las redes
¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
Casos de afinidad entre marca y usuario
La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
Marketing Viral

TEMA 3. REDES SOCIALES

Evolución de las redes sociales

TEMA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

Cómo utilizar LinKendin para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes
Los elementos de una buena recomendación en LinKendin
Otras redes profesionales. Xing

TEMA 5. BLOG

¿Qué es un Blog?
El Blog como herramienta de MarKeting en la empresa
Una propuesta concreta para implantar un Blog corporativo (análisis estratégico)
Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un Blogger
Estrategias de crecimiento de un Blog
Plataformas de los Blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Tecnhorati.
Los Blogs y los foros más importantes de España
Herramientas avanzadas de Monitorización
Tipos de Blogs

TEMA 6. MICROBLOGGING

Twitter, lo buenos si es breve, dos veces bueno
Herramientas para optimizar el uso de twitter
Cómo hacer crecer tu marca en Twitter
Otros sistemas de Microblogging (Jaiku, YouAre…)

TEMA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinKendin, Twitter, Facebook y Blogs

TEMA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

La Wikipedia como fuente de información libre y universal

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

Definición de Wiki
La incorporación de los Wikis en el mundo empresarial

TEMA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página. RSS
Qué es un podcast y cómo utilizarlos

TEMA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

Cómo aprovechar al máximo las herramientas en Youtube
El posicionamiento en Youtube
Otras plataformas de vídeo

TEMA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto
Flickr y Panoramio

TEMA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD ONLINE

Trucos para animar una Comunidad Online
Estrategias de participación en las redes sociales
La voz de la empresa o la marca

TEMA 13. LA RUMOROLOGÍA

Situaciones de crisis en la red: los hoax
Cómo atajar el problema

TEMA 14. REPUTACIÓN ONLINE

Gestión de tu reputación online
Herramientas y consejos para monitorizar online
Branding digital ¿Qué dicen de tu marca en Internet?
Creación de un sistema de escucha/alertas.
Importancia de opiniones en la red

TEMA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

La propiedad intelectual en la red, las redes sociales y en los Blogs
Licencias. Creative Commons
Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

TEMA 16. CÓMO MEDIR Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI´S)

¿Qué y cómo se puede medir?
Analítica Web

TEMA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

¿Qué es una comunidad?
Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
Facebook - Guía de Facebook
Twitter - Guía de Twitter
Youtube - Guía de Youtube
Tuenti - Guía de Tuenti

TEMA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategis de Social Media
Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

PARTE 2. MARKETING DIGITAL, REDES SOCIALES Y WEB 2.0

TEMA 1. VIEJAS NORMAS DEL MARKETING Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Introducción
La publicidad como un nicho financiero de recursos inútiles
El marketing unidireccional de interrupción
Antiguas normas del Marketing
Las relaciones públicas y la prensa
Aún importan los medios
Las notas de prensa
Antiguas normas de las relaciones públicas
Ignore las viejas normas del juego

TEMA 2. NUEVAS NORMAS DEL MARKETING Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

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

TEMA 3. LOS COMPRADORES

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

TEMA 4. LA AUDIENCIA A LA QUE SE DIRIGEN LOS MEDIOS SOCIALES

Introducción
Medios sociales
La búsqueda de empleo en las redes sociales
Los blogs ¿Son lugares valiosos?
Participe en foros en línea
El lugar que ocupa en los foros
Wikis

TEMA 5. CONTAR SU HISTORIA A MILLONES DE SEGUIDORES A TRAVÉS DE LOS BLOGS

Introducción
Aspectos básicos del blog
Entender los blogs
Los usos de los blogs
Investigar blogs
Intervenir en los blogs
Trabajar con los blogueros que hablan de ti
Acceder a los blogueros
El poder de los blogs

TEMA 6. MOTIVAR LA ACCIÓN CON EL AUDIO Y EL VÍDEO
Introducción
Marcadores sociales
Destacar entre los demás
Contenido de audio en la Web
El control vuelve a los músicos
TEMA 7. LAS NUEVAS NORMAS DE LAS NOTAS DE PRENSA
Introducción
Notas de prensa en la Web
TEMA 8. LA WEB NOS AFECTA A TODOS
Introducción
Vigilar la explosión viral en blogs
Poner al alcance del mundo
¿Qué puede usted regalar para crear una divulgación mundial?
El entusiasmo viral
Noticias explosivas. La mejor opción del marketing viral.
TEMA 9. LOS CONTENIDOS EN LA WEB
Introducción
Incidencia política en la Web
En qué se centran los sitios Web de éxito
Ampliar fronteras
Unir todo con contenido
Crear sitios Web
TEMA 10. CREAR SU PROPIA ESTRATEGIA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Introducción
Establecer los objetivos de la empresa
Prototipos de comprador
Perfiles del prototipo de comprador
Acercarnos a los cargos directivos
¿Qué importancia tiene establecer los prototipos de comprador?
La jerga del comprador
¿Qué quiere que los consumidores piensen de su empresa?
Llegar a los compradores a través del contenido
Obama, el ejemplo a seguir
TEMA 11. CREDIBILIDAD EN LÍNEA
Introducción
¿Cómo desarrollaremos contenido líder en el mercado?
Crear contenido interesante
El poder de la información
Otros líderes expertos
TEMA 12. LA COMUNICACIÓN CON LOS COMPRADORES
Introducción
¿Cómo hemos llegado a esto?
Escribir de manera eficaz
TEMA 13. EL PROCESO DE COMPRA INFLUENCIADO POR EL CONTENIDO WEB
Introducción

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

Clasificar a los compradores
Mecanismos principales de su sitio Web dirigidos a los compradores
Diríjase a un nicho específico a través de las fuentes RSS
Vincular el contenido al ciclo de ventas directamente
Algunas consideraciones más
Modelo de marketing de código abierto

TEMA 14. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

Introducción
Facebook
MySpace
Twitter
Promoción personal en las redes sociales
Cuidar la relación con tus fans
La red social adecuada para su marca
Abarcar todas las redes sociales es imposible
Saca el máximo partido a las redes sociales
Tome la iniciativa

TEMA 15. LLEGAR A LOS COMPRADORES A TRAVÉS DEL BLOG

Introducción
Los blogueros
Guía de blogs
Principios básicos del blog
Adorne su blog
Crear una audiencia
Las etiquetas

TEMA 16. INTRODUCCIÓN AL VÍDEO Y POSCASTING

Introducción
El vídeo
Cámaras móviles, Android, Iphone
Nuestros primeros pasos con el vídeo
Podcasting
Su podcast es mi audio

TEMA 17. LLEGAR DIRECTAMENTE A LOS COMPRADORES UTILIZANDO LAS NOTAS DE PRENSA

Introducción
¿Qué estrategia desarrollaremos?
Los servicios de distribución para publicar notas de prensa
Palabras clave y frases utilizadas por el comprador
Incluir etiquetas adecuadas de medios sociales
Lo que es importante para los medios, también lo es para sus clientes

TEMA 18. LA SALA DE PRENSA EN LÍNEA

Introducción
Su sala de prensa en línea y los motores de búsqueda
Habilidades recomendadas en las salas de prensa
Dirigida a los periodistas, clientes, blogueros y empleados
Las fuentes RSS en su sala de prensa en línea

TEMA 19. UTILIZAR LAS NUEVAS NORMAS PARA LLEGAR A LOS MEDIOS DE

COMUNICACIÓN
Introducción
Los mensajes enviados de forma generalizada son Spam
Las relaciones con los medios de comunicación tienen nuevas normas
Los blogs en las relaciones con los medios de comunicación
La divulgación de ideas
¿Cómo llegamos a los medios de comunicación?
TEMA 20. EL MARKETING DE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA
Introducción
Ser el primero en los resultados de Google
Optimizar el motor de búsqueda
La larga cola de las búsquedas
Originalidad
Motivar la acción a través de las páginas de destino de la Web
En un mercado dividido ¿Cómo es el marketing de los motores de búsqueda?
TEMA 21. CONSIDERACIONES FINALES
Rechazar lo que no le interesa y obtener ayuda de lo que uno necesita
¿Qué le debe preguntar a una agencia?
Departamento jurídico
Incorporar un periodista en el equipo de la empresa
Los compañeros de trabajo y su jefe

PARTE 3. REDES SOCIALES

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A INTERNET
Internet
La Web
TEMA 2. LA WEB 2.0
La Web 2.0
Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
Las tecnologías en la web 2.0
Ventajas de la Web 2.0
TEMA 3. PRINCIPALES APLICACIONES DE LA WEB 2.0
Introducción
Blogs
Marcadores sociales
Servicios de alojamiento y gestión de fotografía y vídeo
Wikis
Aplicaciones en línea
Podcast
TEMA 4. USOS DE LA WEB 2.0 EN LA SOCIEDAD
Usuarios de Internet en España
El usuario 2.0
Arquitectura de la participación
Usabilidad y accesibilidad
Usos de la Web 2.0 en la sociedad
TEMA 5. INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES
Origen de las Redes Sociales
Marcadores Sociales

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales
Las redes sociales en los móviles

TEMA 6. FACEBOOK

Introducción
Conceptos básicos del uso de Facebook
Registro en Facebook
Página principal de usuario
Tipos de perfiles
Herramientas de Facebook para empresas
Facebook en los móviles

TEMA 7. GOOGLE+

Introducción
Conceptos básicos para el uso de Google+
Registro
Página principal de usuario
Fotos
Nuestro perfil
Los círculos
Los juegos

TEMA 8. TWITTER

Introducción
Conceptos básicos para el uso de Twitter
Registro en Twitter
Página principal de usuario
Twitter para empresas

TEMA 9. TUENTI

Introducción
Tuenti
Registro en Tuenti
Tu página de inicio en Tuenti
Tuenti para empresas

TEMA 10. LINKEDIN

Linkedin
Registro en Linkedin
Vamos a utilizar Linkedin
Acciones a realizar en Linkedin
Página de usuario de Linkedin
Linkedin para empresas

PARTE 4. GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD ONLINE CON GOOGLE ADWORDS

MODULO I. TEORÍA GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD ONLINE CON GOOGLE ADWORDS

TEMA 1. PRIMEROS PASOS CON GOOGLE ADWORDS

Introducción
Definición de Google AdWords

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

Anatomía de una página de resultados de búsqueda
Anatomía de una página de contenido
Opciones de oferta de compra de medios en AdWords

TEMA 2. ASPECTOS BÁSICOS DE GOOGLE ADWORDS

Estructura de una cuenta de Google AdWords
Creación de la cuenta de Google AdWords
Creación y configuración de la primera campaña
Desarrollar su cuenta
Creación de una cuenta de Mi centro de clientes (MCC)
Herramientas de ayuda

TEMA 3. NOCIONES AVANZADAS

El nivel de calidad
Posición de los anuncios
Orientación por palabras clave
Los diferentes tipos de anuncios
Publicar anuncios en dispositivos móviles

TEMA 4. LAS CONVERSIONES Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN

El principio de las conversiones
Activación
El embudo de búsqueda
El Optimizador de conversiones
Google Analytics
El Optimizador de sitios web (pruebas A/B)
Conclusión

TEMA 5. OPTIMIZACIÓN

B.A.-BA
Optimización a través de palabras clave
Optimización a través de anuncios
Optimización a través de la medición de los resultados

TEMA 6. LA PUBLICIDAD EN LA RED DE CONTENIDO DE GOOGLE

La publicidad de display y la red de contenido de Google
Más allá de los anuncios de texto
Las opciones de orientación y los métodos de compra
Herramientas de ayuda
El remarketing
Conclusión

TEMA 7. EDITOR DE ADWORDS

Función del Editor de AdWords
Utilizar el Editor de AdWords
Ventajas

MODULO II. PARTE PRÁCTICA

TEMA 1. CREACIÓN DE UNA CUENTA DE ADWORDS

TEMA 2. CONOZCA SU CUENTA DE ADWORDS

TEMA 3. CREACIÓN DE UNA CUENTA DE ADWORDS EXITOSA

TEMA 4. SU PRIMERA SEMANA CON ADWORDS

TEMA 5. SUGERENCIAS CLAVE PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO DE ADWORDS

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

TEMA 6. PESTAÑA OPORTUNIDADES
TEMA 7. OBTENGA NUEVAS ESTADÍSTICAS VALIOSAS DE ADWORDS
TEMA 8. CÓMO REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE ROI DE ADWORDS CON GOOGLE ANALYTICS
TEMA 9. UTILIZACIÓN DE LOS INFORMES DE ADWORDS EN GOOGLE ANALYTICS
TEMA 10. CONTROLE EL RETORNO DE LA INVERSIÓN EN ADWORDS CON EL SEGUIMIENTO DE CONVERSIONES
TEMA 11. ORIENTACIÓN DE LOS ANUNCIOS A SITIOS WEB DE LA RED DE DISPLAY DE GOOGLE
TEMA 12. ENLACES A SITIOS DEL ANUNCIO
TEMA 13. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD ONLINE
TEMA 14. CÓMO GENERAR NEGOCIO CON ADWORDS
TEMA 15. OPTIMIZACIÓN DE LAS CUENTAS DE ADWORDS
TEMA 16. ADMINISTRACIÓN DE VARIAS CUENTAS
TEMA 17. EL AUTÉNTICO VALOR DE LA RED DE BÚSQUEDA

PARTE 5.PRESENTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED. MARKETING ELECTRÓNICO

MÓDULO 1. PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED

TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO
Tipos de Marketing
Proceso de implantación del Marketing
El mercado
TEMA 2. LA COMUNICACIÓN
Comunicación de Internet Herramientas
Herramientas de Marketing Mix
TEMA 3. MARKETING DESDE UNA PÁGINA WEB
Página Web como marketing

MÓDULO 2. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED

TEMA 4. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
¿Qué es Comercio Electrónico?
Usos del comercio electrónico
Usuarios del comercio electrónico
Categorías del comercio electrónico
TEMA 5. COMERCIO ELECTRÓNICO VENTAJAS E INCONVENIENTES
El comercio electrónico y sus ventajas
Inconvenientes del comercio electrónico
TEMA 6. ACTIVIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO
¿Qué es la actividad del comercio?
TEMA 7. DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA EN INTERNET
La distribución logística
TEMA 8. COMERCIO ELECTRÓNICO LEGISLACIÓN
Ley de protección de datos

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

Normativas diversas

TEMA 9. SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Seguridad en Internet
Antivirus
Uso de las Firmas digitales
Uso del certificado digital
Protocolos de Seguridad

TEMA 10. PAGO SEGURO MEDIANTE INTERNET

Modalidades de Pago Utilizada

ANEXO 1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

Introducción
Evolución general
El comercio electrónico en España segmentado geográficamente según el origen y el destino de las transacciones

ANEXO 2. MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Introducción
Clasificación de los modelos de negocio en el comercio electrónico
Conclusión

PARTE 6. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

TEMA 1. POSICIONAMIENTO WEB

Introducción
¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
Posicionamiento natural o patrocinado
Palabras más buscadas
Posicionamiento y marketing Online

TEMA 2. POSICIONAMIENTO PATROCINADO

Aspectos del posicionamiento publicitario
Comprar un anuncio
Ubicación de los anuncios
Creación del anuncio
Conjuntos de palabras clave
¿Número uno en el ranking?
Pagina de aterrizaje
Supervisar los resultados

TEMA 3. FUNDAMENTOS SEO. TEORÍA NECESARIA

Introducción
Seccionando a sus visitantes
¿Qué buscan sus visitantes en Internet?
¿Cuándo hacemos SEO?
En qué se basa el SEO

TEMA 4. COMENZANDO EL TRABAJO SEO

Introducción
Elección de las palabras clave
Lista de términos de marketing
Lista de términos por encuesta
Lista de términos populares
Sacando partido a Google Trenes

TEMA 5. FIJANDO OBJETIVOS SEO
Introducción
Conociendo el futuro: previsión de visitas
Calcular las visitas a partir de la posición en SERP
Aplicación para el cálculo de visitas estimadas
¿De donde venimos? ¿A dónde vamos?
Herramientas de monitorización SERP
TEMA 6. FIJANDO OBJETIVOS SEO
Introducción
Información útil, información fresca
Flash, el problema del contenido invisible
Densidad de palabra (Keyword density)
Long Tail, la larga cola de palabras clave
Marketing en Internet: captando más visitas
TEMA 7. FIJANDO OBJETIVOS SEO
Introducción
Estructurar la información
Link Juice y el atributo nofollow
Importancia no es lo mismo que Pagerank
Subdominios o carpetas
Dando nombre a las páginas
URL estáticas o dinámicas
Paso de parámetros entre páginas dinámicas
Reescribiendo la dirección de los enlaces
Cabecera de página
HTML validado
Campos META
META TITLE
META DESCRIPTION
META KEYWORDS
Dentro de la página
Organizar el contenido con titulares
La cantidad de texto no influye
Escribir HTML validado no es fundamental, pero ayuda
Las imágenes se tienen que leer
TEMA 8. FACTORES EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA POSICIÓN DE LOS BUSCADORES
Estructura de enlaces en el sitio Web
PageRank
TrustRank
Intercambio y compra de enlaces
Agujeros negros en Internet
TEMA 9. BLACK HAT SEO
Introducción
Cloaking
Texto invisible
Duplicación de dominios

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE

SPAM en foros
Uso de enlaces forzados o spam Keywords
Información sobre Black Hat SEO
Cómo salir de una penalización en Google

TEMA 10. SEO PARA BLOGS Y WORDPRESS

Blogs
Wordpress

TEMA 11. CASOS PRÁCTICOS

Canal Solidario
Objetivos del proyecto canalsolidario.org
Configuración personalizada de Google Analytics
Fuente Coincide exactamente con Google
Análisis de palabras clave
El link juice del sitio
El contenido de las páginas

Síguenos en las redes sociales

Facebook | Twitter | Linkedin

+ Información Gratis
LLAMA GRATIS CON SKYPE