inesem
business school

Máster de Branded Content e Inbound Marketing





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos **INESEM**

2 | **Rankings**

3 | **Alianzas** y acreditaciones

4 | By **EDUCA EDTECH Group**

5 | **Metodología LXP**

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

7 | Financiación y **Becas**

8 | Métodos de **pago**

9 | **Programa** Formativo

10 | **Temario**

11 | Contacto

inesem business school

SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento.** Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.



inesem business school



Leaders driving change

Elige Inesem



QS, sello de excelencia académica

Inesem: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales

Relaciones internacionales

Acreditaciones y Certificaciones

BY EDUCA EDTECH

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



ONLINE EDUCATION







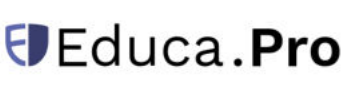






















METODOLOGÍA LXP

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

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



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

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



3. Personalización

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



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

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



5. Innovación

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



6. Excelencia educativa

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



Programas

PROPIOS UNIVERSITARIOS OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

1. Nuestra Experiencia

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

2. Nuestro Equipo

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

3. Nuestra Metodología

100% ONLINE

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

APRENDIZAJE

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

EQUIPO DOCENTE

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

NO ESTARÁS SOLO

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

inesem
business school

4. Calidad AENOR

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

5. Somos distribuidores de formación

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

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:

educapay

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

mastercard maestro VISA PayPal

bizum amazon pay Pay G Pay

Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:

OXXO mercado pago DISCOVER efecty Diners Club INTERNATIONAL CMR Falabella

y muchos más...

Protección al Comprador

inesem business school

Máster de Branded Content e Inbound Marketing

DURACIÓN
1500 horas

MODALIDAD
ONLINE

ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."



inesem
business school

Descripción

Las empresas cada vez más apuestan por la metodología Inbound Marketing y Branded Content, ya que se ha constituido como una de las más completas dentro del ámbito del Marketing Digital. Se trata de una tendencia en auge que combina diferentes acciones con el objetivo de captar oportunidades de negocio. El Máster de Branded Content e Inbound Marketing pretende formar al alumno para que esté preparado para implementar la metodología Inbound Marketing, así como la innovación y automatización en cualquier organización que desee crecer y lograr la satisfacción del cliente. ¡Obtén los conocimientos necesarios para desenvolverte como profesional de marketing de forma online, a tu ritmo y con una atención personalizada por parte del equipo docente!

Objetivos

- Conocer los aspectos principales del Marketing Digital.
- Profundizar en la creación y aplicación de una estrategia de Inbound Marketing.
- Aprender la importancia de la gestión de marca y de la comunicación de esta.
- Estar al tanto de las nuevas tendencias de Inbound Marketing.
- Obtener conocimientos sobre SEO, SEM, Social Media y Marketing automatizado, enfocados a atraer tráfico mediante el contenido.
- Saber realizar labores de copywritter.

A quién va dirigido

El Máster en Branded Content e Inbound Marketing está enfocado a todas aquellas personas que deseen crecer profesionalmente en este ámbito, tanto estudiantes graduados como no graduados. Y también, profesionales con y sin experiencia en esta metodología del Marketing Digital que estén interesados en especializarse, ampliar sus conocimientos o simplemente, actualizarse en un campo tan cambiante como el Marketing Digital.

Para qué te prepara

Con el Máster en Branded Content e Inbound Marketing se obtienen las nociones necesarias sobre las tácticas más utilizadas para generar contenido, herramientas más efectivas, campañas concretas de Inbound Marketing, tendencias, entre otros, que prepararán al alumno para que sepa desenvolverse dentro de un Departamento de Marketing de cualquier organización.

Salidas laborales

El Máster de Branded Content e Inbound Marketing enfoca su contenido a las exigencias del mercado laboral actual. Por ello, el alumno estará formado y preparado para optar a puestos profesionales dentro de cualquier Departamento de Marketing y Comunicación como por ejemplo: responsable de contenido web, copywritter, responsable de marketing, coordinador de estrategias digitales, entre otros.

TEMARIO

MÓDULO 1. BASES DE LA ESTRATEGIA 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 A INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Inbound Marketing vs Marketing de Contenidos
3. Marketing Viral
4. Vídeo Marketing
5. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPORTANCIA DEL SEO EN UNA ESTRATEGIA INBOUND

1. Introducción e importancia del SEO
2. Funcionamiento de los Buscadores
3. Google: Algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistemas de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de Anuncios de Calidad
6. Indicadores Clave de Rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. ¿Qué es un CMS?
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. Wordpress y Woocommerce
4. Prestashop y Magento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COPYWRITTING

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

MÓDULO 2. CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. FASE DE ATRACCIÓN

1. Sistema de Gestión de contenidos. CSM
2. Los blogs. Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Social Media

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE CONVERSIÓN

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE

1. Marketing Relacional
2. Gestión de relaciones con los clientes. CRM
3. Email marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE

1. Encuestas
2. Contenido inteligente
3. Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CASOS DE ÉXITO

1. Coca- Cola
2. Starbucks
3. Converse
4. Apple

MÓDULO 3. GESTIÓN DE LA MARCA PERSONAL: PERSONAL BRANDING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA

1. ¿Qué es una marca?
2. Naturaleza y estructura de la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca: Brand Equity
3. Marcas corporativas y marca producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La marca en el medio online
3. Comunicación visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management - identidad de marca
4. El storytelling
5. Branded content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
8. El packaging
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LA MARCA PERSONAL

1. Definir la marca personal y el estilo
2. Identificar a la audiencia objetivo
3. Idear tu propia página web
4. Creación de lista de contactos
5. Utilización del social media
6. Diseño y ejecución de un plan de comunicación
7. Herramientas y recursos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DEL PERFIL EN LINKEDIN

1. Introducción
2. Navegación
3. Plantear una estrategia
4. Creación y diseño del perfil
5. Información profesional
6. Networking y grupos
7. Consejos para aumentar la visibilidad
8. Búsqueda de empleo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COPYWRITING APLICADO

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Pirnicpales Técnicas
5. Apartado \"Sobre mi\"
6. Consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRODUCTIVIDAD PERSONAL

1. Introducción
2. Clasificación de tareas
3. Procrastinación
4. Getting things done
5. Gestión de reuniones
6. El coste de oportunidad
7. Timeblocking
8. Extensiones de Chrome para aumentar la productividad

MÓDULO 4. ATRACCIÓN DEL TRÁFICO CON SEO, SEM Y SOCIAL MEDIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB

1. ¿Para qué necesitamos optimizar?
2. Introducción a la optimización del contenido
3. Crear etiquetas META
4. Añadiendo las plabras clave en el contenido
5. Estructurados de los datos
6. Optimización de elementos multimedia "Imágenes y Vídeos"

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INDEXACIÓN: INTROUDCCIÓN Y OPTIMIZACIÓN

1. Introducción a la indexación
2. Mejorando la estructura del sitio web
3. Optimizar web para GoogleBoot
4. Optimización para móviles
5. ¿Cómo indexar el sitio web?
6. Otros tipos de indexación
7. Spamdexing

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MONITORIZACIÓN

1. Supervisando la indexación
2. Monitorizando la popularidad
3. Audiencia de su sitio web

UNIDAD DIDÁCTICA 4. WEBMASTERS: HERRAMIENTAS

1. Google Webmaster Tools (GWT) y Google Analytics
2. WebmasterTool Bing
3. Herramientas para redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)

1. Conceptos clave
2. Inversión en anuncios publicitarios
3. Principales plataformas del marketing en buscadores
4. Google AdWords
5. Bing Ads
6. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA PLAN

1. Elección de canales
2. Planificación de la estrategia
3. El contenido es el rey
4. Social Media Engagement
5. ORM: Online Reputation Management

MÓDULO 5. COPYWRITING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. COPYWRITING PARA E-COMMERCE

1. Introducción
2. La Homepage
3. Los menús
4. Fichas de producto
5. Descripción de los servicios
6. Página ¿quiénes somos?
7. Página de contacto
8. Página preguntas frecuentes
9. Carrito de la compra, chekout y agradecimiento
10. Envío de emails

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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

MÓDULO 6. MARKETING AUTOMATION ECOSYSTEM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING AUTOMATION

1. Marketing Automation: Concepto y Casos Prácticos
2. Herramientas del Marketing Automation
3. Publicidad y promoción automatizada
4. La atuomatización de la relación con el cliente
5. Gestión de datos y análisis en el Marketing Automation

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

1. Elementos de la automatización del marketing: Journey Builder, CRM
2. Funnel de Ventas y Omnichannel en Marketing Automation
3. Diseño del plan de Automatización (I): Identificación de tareas
4. Diseño del plan de Automatización (II): Selección de herramientas y Métricas de evaluación de la eficacia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING

1. Antes de empezar
2. Fases de una campaña de email marketing
3. Objetivo de la campaña
4. Antes de la campaña
5. Las listas en Mailchimp
6. Las campañas en Mailchimp
7. Viralidad
8. Los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRINCIPALES ELEMENTOS Y TÉNICAS DE DISEÑO PARA CREAR UN EMAIL EFECTIVO

1. Introducción
2. Frecuencia de los envíos
3. Diseño del email
4. Partes del mensaje de correo electrónico
5. Claves para diseñar una Newsletter efectiva

MÓDULO 7. TENDENCIAS INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTELIGENCIA ARTIFICIAL

1. Inteligencia artificial: introducción
2. Inteligencia de los seres vivos
3. Inteligencia Artificial
4. Dominios de aplicación
5. El campo de la mecatrónica
6. Las posibilidades de la Inteligencia Artificial

7. Mecatrónica e Inteligencia Artificial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INFLUENCER MARKETING

1. ¿Qué es un influencer?
2. Tipos de influencers
3. Diferencias entre un macroinfluencer y un microinfluencer
4. Pautas iniciales para ser influencer

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ¿QUÉ ES UN CHATBOT?

1. Aspectos introductorios
2. ¿Qué es un chatbot?
3. ¿Cómo funciona un chatbot?
4. VoiceBots
5. Desafios para los Chatbots

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ÁMBITOS DE APLICACIÓN CHATBOTS

1. Áreas de aplicación de Chatbots
2. Desarrollo de un chatbot con ChatterBot y Python
3. Desarrollo de un chatbot para Facebook Messenger con Chatfuel

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA MOBILE

1. Diseño adaptado a dispositivos móviles: Resposive Design
2. Móvil y Marketing Mix
3. Plan estratégico mobile: Estrategia SoLoMo
4. Formatos de publicidad móvil
5. Mobile Adserver
6. Mobile Advertising
7. Integración online y mobile

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL NEGOCIO MOBILE MARKETING Y APPS

1. Internet tradicional vs Mobile
2. Micromomentos de consumo
3. Tecnología Parsing FIT
4. Aplicaciones móviles
5. Estrategia en apps
6. Contenidos orientados a apps
7. Modelos de negocios en aplicaciones
8. Promoción de aplicaciones

MÓDULO 8. PROYECTO FIN DE MÁSTER



inesem
business school

By
EDUCA EDTECH
Group