



INEAF
BUSINESS SCHOOL

Máster en Marketing Jurídico





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos INEAF

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir Ineaf

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto



SOMOS INEAF

INEAF es una institución especializada en **formación online fiscal y jurídica**. El primer nivel de nuestro claustro y un catálogo formativo en constante actualización nos hacen convertirnos en una de las principales instituciones online del sector.

Los profesionales en activo y recién graduados reciben de INEAF una alta cualificación que se dirige a la formación de especialistas que se integren en el mercado laboral o mejoren su posición en este. Para ello, empleamos **programas formativos prácticos y flexibles con los que los estudiantes podrán compaginar el estudio con su vida personal y profesional**. Un modelo de formación que otorga todo el protagonismo al estudiante.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales





Fórmate, crece, desafía lo convencional,
Elige INEAF



QS, sello de excelencia académica

INEAF: 5 estrellas en educación online

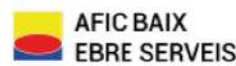
RANKINGS DE INEAF

La empresa **INEAF** ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias a sus programas formativos y flexibles, así como un modelo de formación en el que el alumno es el protagonista.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean indicadores como la reputación online y offline, la calidad de la institución, el perfil de los profesionales.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



BY EDUCA EDTECH

INEAF 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 INEAF

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 INEAF.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, INEAF cuenta con un equipo humano formado por más de **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

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



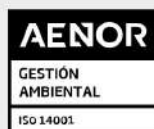
NO ESTARÁS SOLO

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



4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 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. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. 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**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

20% Beca
PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS



MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



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



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



Máster en Marketing Jurídico



MODALIDAD
ONLINE



ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

Titulación expedida por el Instituto Europeo de Asesoría Fiscal (INEAF), avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM) "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."

Descripción

El **Máster en Marketing Jurídico** te va a aportar los conocimientos necesarios para gestionar y mejorar tu **imagen corporativa**, tanto online como offline.

Podrás organizar y gestionar tu **Plan de Medios de Comunicación**, conocer las técnicas de **Marketing Online más eficaces** para tu entorno y fidelizar a tus clientes una vez que los hayas captado. Estas son solo algunas de las habilidades que adquirirás en este Máster, el cual está enfocado al **Marketing en el entorno Jurídico**.

Si estás buscando impulsar tu negocio, el Máster en Marketing Jurídico te va a ayudar a conocer las **últimas tendencias en Marketing Digital** y a usar los conocimientos adquiridos para **incrementar las ventas de tu negocio**.

Objetivos

- Conocer el entorno del marketing digital
- Conocer el régimen jurídico del marketing digital
- Saber qué es y cómo hacer branding y gestión de marca
- Organizar y controlar el Plan de Medios de Comunicación
- Conocer e implementar las principales técnicas de marketing online
- Saber realizar un plan de marketing directo



- Fidelizar clientes

Para qué te prepara

El Máster en Marketing Jurídico está dirigido a profesionales que tienen su **despacho de abogados** y desean impulsar su negocio **mejorando la estrategia de marketing de su marca**.

De esta forma, se va a aprender a **incrementar la captación de clientes** y a fidelizarlos mediante **técnicas de marketing novedosas** y enfocadas a este sector.

A quién va dirigido

El Máster en Marketing Jurídico te prepara para adaptarte a las **nuevas tendencias** tanto en marketing digital como la publicidad en otros medios. Gracias a este Máster, impulsarás tu negocio y mejorarás la **presencia de tu marca de forma profesional**, empezando por la imagen corporativa, pasando por la gestión de clientes y llegando incluso, a la **transformación digital del despacho de abogados**.

Salidas laborales

Desarrolla tu carrera profesional en el **ámbito jurídico** gestionando el **departamento de Marketing** de éste, o el tuyo propio.

TEMARIO

MÓDULO 1. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

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. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

1. 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. SEM: PERFORMAN MARKETING

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema 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. INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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

MÓDULO 2. RÉGIMEN JURÍDICO DEL MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE FUENTES EN MARKETING DIGITAL

1. Consideraciones previas. Amparo constitucional
2. Las fuentes del marketing digital
 1. - Ley General de Publicidad de 11 de noviembre de 1988
 2. - Ley de Competencia desleal de 10 de enero de 1991



3. - Otros textos de referencia

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
 1. - Referencia al Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD)
2. Requisitos de información para los consumidores
 1. - Información de nuestra web
3. Seguridad de la información y las comunicaciones electrónicas
 1. - Seguridad en Internet
 2. - Firmas digitales
 3. - Certificado digital
 4. - La factura electrónica
4. Responsabilidad de las comunicaciones electrónicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Marco legal y jurídico de la seguridad de la información
 1. - Normativa comunitaria sobre seguridad de la información
 2. - Normas sobre gestión de la seguridad de la información: Familia de Normas ISO 27000
 3. - Legislación española sobre seguridad de la información
2. Bases de datos: cloud computing
3. Direcciones de correo electrónico
4. El uso de Cookies-

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL APLICADA AL MARKETING DIGITAL

1. Propiedad intelectual y marketing digital
2. Propiedad industrial y marketing digital
 1. - Las marcas y el marketing
3. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes
 1. - Derechos de propiedad intelectual de terceros
 2. - Relación Agencia Cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LEY DE SERVICIOS DE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Objeto de la LSSI-CE y ámbito de aplicación
 1. - Objeto de la LSSI-CE
 2. - Ámbito de aplicación de la LSSI-CE
2. Obligaciones y régimen de responsabilidad
3. Infracciones y sanciones
 1. - Infracciones
 2. - Sanciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING Y WEB 3.0

1. Acciones de marketing en la web 3.0
 1. - Creación de espacios 3.0
 2. - La protección de los menores en entornos 3.0

2. Publicidad en entornos 3.0
3. Concursos y sorteos online

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de la Reputación Online
 1. - Investigación y monitorización de la reputación online
 2. - Prácticas de la gestión online
2. Riesgos de la reputación online. El efecto Streisand
 1. - Los riesgos de la reputación online
 2. - El efecto Streisand
3. Marco legal de la reputación online
 1. - La imagen corporativa
 2. - El derecho al olvido

MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Concepto y evolución del Social Media
2. Tipos de redes sociales
3. La importancia actual del social media
4. Prosumer
5. Contenido de valor
6. Marketing viral
7. La figura del Community Manager
8. Social Media Plan
9. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights
10. Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories



6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas
9. Actualizaciones de instagram
10. Funcionalidades de la versión de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

1. Introducción a X Corp.
2. Elementos básicos de X Corp.
3. X Corp para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de X Corp.
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. X Corp. Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. 11. Funcionalidades de la versión premium

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

1. Introducción a Twitch
2. El éxito de Twitch
3. Generar suscriptores en Twitch
4. Contenidos y recomendaciones



5. Twitch e influencers
6. Streamlabs
7. Publicidad en Twitch
8. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1. ¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2. Creación de contenido en TikTok
3. Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
4. El papel del marketing en Tiktok
5. Tiktok e influencers
6. Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Pixel de Facebook
10. Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en X Corp
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. X Corp. Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

1. Introducción a TikTok Ads Manager
2. Creación de una campaña de publicidad en TikTok
3. Tipos de contenidos y herramientas clave
4. Seguimiento y monitorización de los resultados

MÓDULO 4. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS DE CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Brand Equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marca producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La presencia de la marca en el medio online
3. La imagen cómo comunicadora

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y 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 como motivo de compra
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING EXPERIENCIAL

1. El Marketing experiencial según Schmitt
2. Las fases de la experiencia
3. Las 7 íes del Marketing Experiencial



4. El storytelling y el Storylistening
5. Desarrollar una estrategia de Marketing Experiencial
6. Customer Experience y Smart Engagement

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING SENSORIAL

1. Del comprador sensorial al cliente recurrente
2. El cliente como prescriptor
3. El circuito de la dopamina
4. Efectos del marketing ante estímulos psicológicos
5. Proceso de cambio de los hábitos de consumo
6. Generación de ventas recurrentes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARKETING RELACIONAL

1. Conceptualización del marketing relacional
2. Fidelización del cliente
3. Herramientas de análisis en los programas de fidelización
4. Métricas en marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DESIGN THINKING

1. Introducción al Design Thinking
2. El proceso en Design Thinking
3. Metodología en Design Thinking

MÓDULO 5. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor
2. Diferenciación de conceptos clave:
3. Regulación publicitaria en Internet
4. Códigos deontológicos en el sector

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS

1. Plan de medios:
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación:
3. Modelos de planes de medios:
4. Criterios de elección de medios y soportes:
5. Formas específicas de publicidad en Internet:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Calendario de inserciones publicitarias:
2. Presupuesto del plan de medios:
3. Ejecución del plan de medios
4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias
5. Cursaje de emisión:



UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Conceptos clave para la medición de audiencia:
2. Indicadores de medición de audiencias e impacto:
3. Fuentes de medición de audiencias e impacto
4. Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL DE EMISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. Técnicas y herramientas de control de emisión
2. Control de contenidos pagados y no pagados
3. Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa:
4. Control del plan de medios en Internet

MÓDULO 6. TÉCNICAS DE MARKETING ON LINE, BUSCADORES, SOCIAL MEDIA Y MÓVIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE

1. Cómo hacer una campaña publicitaria OnLine.
2. Otras modalidades de promoción Online.
3. Los leads.
4. Selección de palabras clave.
5. Campañas de video marketing.
6. E-mail marketing.
7. La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing.
8. Conseguir contactos y bases de datos para campañas de email marketing.
9. Personalización de la oferta y permission marketing.
10. Permission marketing.
11. Marketing viral.
12. Marketing de afiliación.
13. Qué es trade marketing.
14. Indicadores clave de desempeño (KPI).

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DE BUSCADORES

1. Cómo funciona el marketing de buscadores.
2. Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario.
3. Búsqueda orgánica o SEO.
4. Cómo funciona el algoritmo de Google.
5. Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google.
6. Relevancia del contenido.
7. Eligiendo palabras objetivo.
8. La importancia de los enlaces entrantes.
9. Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas.
10. Técnica para conseguir ser enlazado.
11. La importancia de las palabras de enlace.
12. Enlaces y textos de enlaces.
13. Enlaces internos.
14. Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles.

15. Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density).
16. Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis.
17. Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css.
18. Uso de frames.
19. Redirects.
20. Enlaces Javascript y Flash.
21. Cloacking o páginas exclusivas para buscadores.
22. Comandos útiles de Google.
23. SEM y Google adwords.
24. Posicionamiento publicitario y pago por click.
25. Compra de palabras clave y SEM.
26. Publicidad basada en resultados.
27. Posicionamiento en Google maps.
28. Herramientas de monitorización SERP.
29. Google trends.
30. Autopráctica Google trends.
31. Informes de Google.
32. Google analytics.
33. Medir y analizar resultados.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

1. El origen de los medios sociales.
2. Social media.
3. Tipos de medios sociales.
4. Marketing en medios sociales.
5. El Plan de medios sociales.
6. Estrategias de social media.
7. Campañas en medios sociales.
8. Objetivos generales de una campaña en redes sociales.
9. El Crowdsourcing.
10. Medición de resultados de un social media plan.
11. Analítica social y estrategia.
12. Objetivos.
13. IOR.
14. Impact of relationship.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

1. Tipos de redes sociales.
2. ¿Por qué hacer marketing en redes sociales?
3. El marketing viral y las redes sociales.
4. La publicidad en las redes sociales. Dónde, cómo y para qué.
5. Herramientas para crear y organizar contenido en redes sociales.
6. Facebook, MySpace, Tuenti, Twitter y Youtube y otras aplicaciones de video y fotografía.
7. Redes sociales profesionales en España.
8. Otras redes sociales importantes.
9. Aplicaciones para la gestión de redes sociales.
10. Geolocalización en las redes sociales.



11. Social bookmarking- explicación gráfica.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS BLOGS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING

1. Los blogs como herramienta de marketing.
2. Mis primeros pasos con el blog.
3. Los factores del éxito en los blogs.
4. Relaciona conceptos.
5. Yammer y las wikis.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Sindicación de contenidos.
2. RSS.
3. Lector de feed.
4. ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?
5. Cómo reunir los feeds RSS.
6. PodCasting.
7. Radar de noticias personales.
8. Lifestreaming.
9. Crear nuestro propio feed RSS.
10. Directorios RSS.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND

1. Marketing móvil.
2. Formas de conectarse a internet a través del móvil.
3. Otras aplicaciones de marketing móvil.
4. Formatos estándares en internet móvil.
5. Marketing de móviles.
6. Consejos para una estrategia de marketing móvil.
7. SMS marketing.
8. Televisión digital.
9. Televisión por internet.

MÓDULO 7. IMAGEN EN EL ENTORNO JURÍDICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA IMAGEN CORPORATIVA Y PROFESIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CAPTACIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES EN EL ÁMBITO DEL MARKETING JURÍDICO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL DESPACHO

MÓDULO 8. PLAN DE MARKETING DIRECTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MARKETING DIRECTO COMO PARTE DEL PLAN DE MARKETING

1. Introducción al Marketing Directo
2. El micromarketing y su aplicación estratégica
3. Marketing Relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE MARKETING DIRECTO

1. Definición, estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo
2. Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos
3. Planificación de Campañas
4. Los Medios del Marketing Directo (prensa, e-mailings, buzoneo mobile marketing, etc)
5. Marketing On-Line
6. Análisis de Resultados
7. Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES

1. Generación, gestión y comunicación de contactos
2. Listas y bases de datos
3. Fidelización de clientes
4. La implementación de un CRM
5. Ley de Protección de Datos



INEAF
BUSINESS SCHOOL



By
EDUCA EDTECH
Group