

MAESTRÍA

MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MARKETING
DIGITAL Y E-COMMERCE

esneca
BUSINESS SCHOOL

LMAS655

- DIPLOMA ACREDITADO POR APOSTILLA DE LA HAYA -



DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Marketing Digital y E-Commerce** área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer la conceptualización del marketing digital y del social media, el posicionamiento orgánico (SEO), el inbound marketing (SEM), el social CRM, la gestión de la atención al cliente en social media, el email marketing, el e-commerce, el copywriting, los sistemas de gestión de contenidos (CMS), las plataformas de e-commerce y los sistemas de gestión de contenidos (CMS)., entre otros conceptos relacionados. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán realizar un seguimiento sobre los avances del curso.

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

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
600H



MODALIDAD
ONLINE



*La modalidad incluye módulos con clases en directo

CURSO INICIAL
ONLINE



TUTORIAS
PERSONALIZADAS



IDIOMA
CASTELLANO



DURACIÓN
HASTA UN AÑO

*Prorrogable



IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 2976\$

VALOR ACTUAL: 744\$

*Importe expresado en Dólares Americanos

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios, el alumno recibirá un diploma que certifica que ha superado con éxito el “**MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MARKETING DIGITAL Y E-COMMERCE**” de Grupo Esneca Formación. Nuestro centro de estudios está avalado por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y calidad.

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

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.

REDES SOCIALES



CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. 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

PARTE 2. CMS Y E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMAS DE GESTIÓN DE CONTENIDOS (CMS)

1. Conceptos de alojamiento web y dominios.
 - Los dominios.
 - Diferencias en alojamientos compartidos, dedicados y Cloud.
 - Mejoras en rendimiento, geolocalización ip.
2. Content Management Systems.
 - Definición de CMS.
 - Tipologías de CMS.
 - Principales motores de CMS.
 - Requisitos de instalación.
 - Wordpress

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLATAFORMAS DE E-COMMERCE

1. Plataformas de e-Commerce.
 - Definición de e-commerce.
 - Tipologías de e-commerce.
 - Principales motores de e-commerce.
 - Requisitos de instalación.
 - Prestashop
 - Wordpress + Woocommerce.
2. Proyecto Final

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SISTEMAS DE GESTION DE CONTENIDOS (CMS)

1. Herramientas de informes.
 - Posicionamiento web.
 - Calidad de programación.
 - Detección de errores.
 - Medidas de calidad del alojamiento. WebMasterTools