

# MÁSTER EN PUBLICIDAD EN INTERNET + MÁSTER EN MARKETING ONLINE

INF008

[www.escuelafintech.com](http://www.escuelafintech.com)



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:





## DESTINATARIOS

La doble titulación en **Máster en Publicidad en Internet + Máster en Marketing Online** se dirige a todas aquellas personas interesadas en ampliar y actualizar sus conocimientos y está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores e interesados en el sector del periodismo y la comunicación. Permite conocer la publicidad en internet, la publicidad tradicional y la publicidad online, las estrategias publicitarias en internet, la planificación de la campaña publicitaria online, los medios, soportes y formatos publicitarios, la web, internet como canal de comercialización y de relación con los clientes, los modelos de comercio, el marketing digital, las campañas de comunicación, las estrategias efectivas de e-mail marketing, la protección de datos por internet, el formato html y las diferentes herramientas y plataformas online para gestionar campañas de e-mail marketing.



## MODALIDAD

- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

El alumno puede solicitar **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



## DURACIÓN

La duración del curso es de 600h.



## IMPORTE

Importe Original: 840€

**Importe Actual: 420€**



## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la “MÁSTER EN PUBLICIDAD EN INTERNET + MÁSTER EN MARKETING ONLINE”, de FINTECH SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

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

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además podrá solicitar una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 24 ECTS.



### MODULO 1. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La comunicación comercial
2. El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
3. La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

1. Definición de Publicidad
2. Procesos de Comunicación Publicitaria
3. Técnicas de Comunicación Publicitaria

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

1. Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa
2. Funciones del Departamento de Publicidad
3. Determinación del presupuesto publicitario
4. La selección de la empresa de publicidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

1. La Agencia de Publicidad
2. Organigrama de una Agencia Publicitaria
3. Clasificación de las Agencias
4. El fundamento económico y las relaciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1. Concepto y clasificación
2. Medios Publicitarios
3. Internet y Publicidad
4. Animación y Marketing
5. Telemarketing
6. Estrategias Publicitarias

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. Introducción
2. El cliente actual
3. El cliente potencial
4. Plataforma Comercial de Mercado

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las Organizaciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1. El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
2. Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores
3. Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
4. El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

1. El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
2. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
3. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
4. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING**

1. Componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

## **MÓDULO 2. MARKETING ONLINE**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE**

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. EL ENTORNO WEB**

1. Compra de dominio y contratación de hosting
2. Instalación de Wordpress
3. Configuraciones iniciales
4. Themes
5. Personalización de Wordpress
6. Creación de Posts y Páginas
7. Gestión comentarios
8. Biblioteca Multimedia
9. Gestión de usuarios y roles
10. Herramientas útiles

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO**

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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB**

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 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)**

1. SEO local
2. SEO internacional

1. SEO para apps: ASO
2. SEO para Amazon Marketplace
3. SEO en Youtube

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO**

1. Auditoria de indexabilidad
2. Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3. Monitorización de marca
4. Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5. Códigos de estado y Protocolo
6. Análisis Log
7. Análisis de la taxonomía web

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)**

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 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM – HERRAMIENTAS**

1. Introducción
2. Tipo de Keywords
3. SEMrush
4. Sistrix
5. LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6. Herramientas gratuitas
7. Extensiones para Chrome

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)**

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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO**

1. ¿Qué es Black Hat SEO?
2. White Hat SEO
3. Riesgos del uso de Black Hat SEO
4. Técnicas Black Hat SEO
5. Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones

6. Informe de Acciones manuales

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN 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

## MÓDULO 3. EXPERTO EN GOOGLE ANALYTICS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Como funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?
8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos
11. Eventos
12. Porcentaje de abandono
13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics
20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNCIONES BÁSICAS DE GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a las funciones de Analytics
2. Nociones básicas de Google Analytics
3. Añadir anotaciones en gráficos
4. Comparación de periodos
5. Exportar Informes
6. Añadir métricas a un gráfico
7. Crear, editar y eliminar segmentos
8. Crear un nuevo panel

9. Añadir un Widget al Panel
10. Tiempo real
11. Tipos de informes de Google Analytics: diagramas animados, gráfico por hora, día, semana, mes, etc<sup>©</sup>
12. Configuración del envío automático de informes
13. Audiencia
  - Visión general
  - Datos demográficos
  - Intereses
  - Información geográfica
  - Comportamiento
  - Tecnología
  - Móvil
  - Personalizado
  - Comparativas
14. Enlazar cuenta de Google AdWords con Google Analytics
15. AdWords

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PERSONALIZAR GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a las alertas
2. Crear alerta personalizada
3. Casos de Alertas personalizadas
4. Informes personalizados
5. Ejemplo de un informes personalizados
6. Cuentas
7. Objetivos y embudos de conversión
8. Determinar objetivos y embudos de conversión
9. Filtros: Crear un filtro
10. Configurar seguimiento del comercio electrónico
11. Segmentos avanzados
12. Expresiones regulares
13. Presentación de AdWords
14. Presentación de AdSense

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS A DIARIO

1. Google Analytics en Android
2. Google Analytics en iPhone
3. Google Analytics para otros dispositivos móviles
4. Google Analytics para Firefox
5. Gestionar vistas
6. Extensiones Google Chrome para Google Analytics
  - Stats Checker for Google Analytics
  - Google Analytics Opt-out
  - Google Analytics Debugger
  - Ghostery
  - Social Analytics
7. Ayuda de Google Analytics

8. Google Analytics Qualified Individual
9. Google Analytics Certified Partner