



A DISTANCIA - ONLINE



Tutor personal



600 Horas



Posibilidad Estancias Formativas



Pago a plazos



De ~~2080€~~ a 520€



Metodología

En SEFHOR – Sociedad Española de Formación apostamos por un método de estudio alternativo a la metodología tradicional. En nuestra escuela de negocios es el propio alumno el encargado de organizar y establecer su plan de estudio. Este sistema le permitirá conciliar su vida laboral y familiar con la proyección de su carrera profesional.



Tutor

A lo largo de la titulación, el alumno contará con un tutor que le ofrecerá atención personalizada y un seguimiento constante de sus estudios. El estudiante siempre podrá acudir a su tutor vía correo electrónico para resolver cualquier tipo de duda, ya sea sobre el material formativo, la planificación de los estudios o referente a gestiones y trámites académicos.



Certificación

Una vez el alumno haya finalizado la formación y superado con éxito las pruebas finales, el estudiante recibirá un diploma expedido por SEFHOR – Sociedad Española de Formación que certifica que ha cursado el “**MÁSTER EN MARKETING DIGITAL + MARKETING 2.0**”. El título cuenta con firma de notario europeo y está avalado por nuestra condición de socios de la Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP). Además, nuestra institución educativa cuenta con el Sello Cum Laude de Emagister, distinción que nos concede el portal líder en formación gracias a las opiniones de nuestros estudiantes.



Modalidad de estudio

La titulación puede cursarse en modalidad **ONLINE**. Una vez realizada la matrícula, el alumno recibirá un e-mail de bienvenida de su tutor con las claves de acceso al campus virtual. En él, el estudiante encontrará el material didáctico necesario para realizar la formación y tendrá distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen.

La titulación puede cursarse en modalidad **A DISTANCIA**. Una vez realizada la matrícula, el tutor le enviará un e-mail de bienvenida al alumno, y por otro lado, el estudiante recibirá el material formativo a su domicilio en un plazo de 6-8 días. En él encontrará distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen. El alumno deberá mandar el examen final por correo electrónico a su tutor.



TEMARIO

MODULO 1. COMMUNITY MANAGER

UNIDAD 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y qué no es?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
6. Definir las metas de un Community Manager
7. Tipos de Community Manager

UNIDAD 2. CASOS DE ÉXITO

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

UNIDAD 3. REDES SOCIALES

1. Evolución de las redes sociales
2. Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales
3. Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada
4. Los 10 errores más frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Qué no hacer

UNIDAD 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

1. Qué pasos seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online
2. Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios

3. Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes

- Crear una página de empresa
- Estrategias de Marketing en LinkedIn
- Como encontrar clientes potenciales

4. Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn

5. Otras Redes Sociales Profesionales. Xing

UNIDAD 5. BLOGS

1. ¿Qué es un blog?

- Autonomía de un blog
- Características de los blogs

2. El blog como herramienta de marketing en la empresa

3. Cómo hacer un blog único y exitoso

4. Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)

5. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero

6. Estrategias de crecimiento de un blog

- Marketing de contenidos
- SEO (Optimización para motores de búsqueda)

7. Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati...

- Wordpress
- Blogger
- Livejournal
- Technorati

8. Herramientas avanzadas de monitorización

9. Tipos de Blog

10. Conoce cómo proteger tu blog de WordPress de posibles ataques

UNIDAD 6. MICROBLOGGING

1. Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno

2. Herramientas para optimizar el uso de twitter

3. Como hacer crecer tú marca en twitter

- Twitter Ads

- Twitter Analytics

4. Otros sistemas de microblogging

UNIDAD 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y blogs

- Conectar Facebook con Twitter
- Conectar Facebook con MSN
- Conectar LinkedIn con Twitter

2. Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

UNIDAD 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

1. La Wikipedia como fuente de información libre y universal

2. Definición de wiki

3. La incorporación de los wikis en el mundo empresarial

UNIDAD 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS

2. Qué es un Podcast y cómo utilizarlos

- Origen
- Contenidos de un podcast
- ¿Cómo se escucha un podcast?
- ¿Dónde se almacenan los podcast?
- ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?

3. Cómo redactar mejores post

UNIDAD 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

1. Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube

2. El posicionamiento en YouTube

3. Otras plataformas de vídeo

UNIDAD 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto

2. Flickr y Panoramio

UNIDAD 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD

1. Trucos para animar una Comunidad online

2. Estrategias de participación en Redes Sociales

3. La voz de la empresa o la marca

UNIDAD 13. LA RUMOROLOGÍA

1. Situaciones de crisis en la red: los hoax

2. Cómo atajar el problema

- Cómo interpretar el gráfico de ciclo de vida de Crisis en Redes Sociales

UNIDAD 14. REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de tu reputación online

2. Herramientas y consejos para monitorizar online

- ¿Qué podemos medir en la monitorización?
- ¿Cómo podemos medir? Optimizar las herramientas disponibles
- Aprende a Monitorizar la reputación online de tu negocio

3. Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?

4. Creación de sistema de escucha/alertas

- Brandwatch
- Google Alerts
- HootSuite
- TweetReach
- Social Mention
- Google Analytics
- Mention
- Addictomatic
- HowSociable
- TweetDeck

5. Importancia de opiniones en la red

UNIDAD 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

1. La propiedad intelectual en la red, en las redes sociales y en los blogs

- Protección de la Propiedad Intelectual
- Protección de los datos de carácter personal
- Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen
- Protección de los consumidores y usuarios

2. Licencias: Creative Commons
3. Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

UNIDAD 16. CÓMO MEDIO Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)

1. ¿Qué y cómo se puede medir?
2. Analítica Web
 - Análisis gratuito a tu Web para mejorar el SEO

UNIDAD 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

1. ¿Qué es una comunidad?
2. Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
 - Estrategia 1: Soporte a la comunidad
 - Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad
 - Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales
3. Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
4. Facebook - Guía de Facebook
 - Te ayudan a protegerte
 - Fomentar un comportamiento respetuoso
 - Proteger tu cuenta e información personal
 - Proteger tu propiedad intelectual
5. Twitter - Guía de Twitter
 - Limitaciones del contenido y uso de Twitter
 - Comportamiento abusivo
 - Spam
6. YouTube - Guía de YouTube

UNIDAD 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
 - ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media

3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
 - Cómo hacer correctamente un envío de Email
 - ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

MODULO 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

UNIDAD 1. LA WEB 2.0

1. ¿Qué es la Web 2.0?
2. Nuevos conceptos de la Web 2.0
3. Web 2.0: Aplicaciones
4. Principales Ventajas de la Web 2.0
5. Web 3.0

UNIDAD 2. WEB 2.0: PRINCIPALES APLICACIONES

1. Introducción
2. Elementos de la Web 2.0: Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones tecnológicas para la comunicación y el desarrollo en línea
5. Alojamiento de archivos
6. Desarrollo del usuario 2.0

UNIDAD 3. WEB 2.0 Y REDES SOCIALES DE HOY EN DÍA

1. Análisis de los usuario de Internet en España
2. Perfil de Usuario/a 2.0
3. Participación del usuario con la web 2.0
4. Usabilidad y accesibilidad
5. Web 2.0: Utilidades en Educación

UNIDAD 4 REDES SOCIALES: PRINCIPALES APLICACIONES

1. Orígenes de las redes sociales
2. ¿Qué son las redes sociales?
3. Principales conceptos de las redes sociales

4. Redes sociales: Servicios principales
5. Redes sociales: Importancia e impacto
6. Redes sociales como profesión
7. Redes sociales: Pros y contras

UNIDAD 5. REDES SOCIALES: CLASIFICACIÓN

1. Tipos de redes sociales
2. Redes sociales dirigidas a un público genérico
3. Redes sociales orientadas a gustos e intereses

UNIDAD 6. REDES SOCIALES MÓVILES

1. Los dispositivos móviles y las redes sociales
2. Clasificación de redes sociales móviles
3. Principales peligros de las redes sociales móviles

UNIDAD 7. REDES SOCIALES: RECOMENDACIONES DE USO

1. Principios de uso
2. Twitter: Principales consejos de uso
3. 2.2 ¿Qué es el Timeline?
4. Crear cuenta Twitter
5. Página de usuario
6. Twitter en negocios

UNIDAD 8. REDES SOCIALES: RESPONSABILIDADES LEGALES

1. Redes Sociales: Servicios prestados por internet
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Seguridad en la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Propiedad Intelectual
5. Consumidores y usuarios: Protección
6. Redes sociales: Incidencias Legales
7. Redes sociales: Colectivo vulnerable Menores e incapaces

UNIDAD 9. COMMUNITY MANAGER

1. Definición de Community Manager
2. Community Manager: Tareas
3. Personalidad del Community Manager
4. Community Manager: el trabajo de cada día
5. Responsabilidades del Community Manager
6. Clasificación de Community Manager

UNIDAD 10. REDES SOCIALES: OPTIMIZACIÓN

1. Redes sociales : Promociones especiales
2. Cuidar la relación con tus fans
3. Elegir la red social ideal para tu empresa
4. Centrarse en las redes sociales ideales para nuestra marca
5. Obtener el máximo rendimiento a las redes sociales
6. Motivación de los usuarios

UNIDAD 11. IDENTIFICAR LA EFICACIA EN SOCIAL MEDIA

1. Características a tener en cuenta para medir la eficiencia en Social Media
2. ¿Cómo medir las conversiones en los Social Media?
3. Social Media Plan ideal para tu empresa
4. Principales usos de Social Media Marketing para potenciar nuestros ingresos
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Principios básicos de medición del retorno de la inversión
7. Midiendo el retorno de inversión de una campaña de Mailing

MÓDULO 3. VIDEOTUTORIALES COMMUNITY MANAGER

1. Alta Facebook
2. Alta Twitter
3. Creación y administración de cuenta en Wordpress
4. Conexión de cuentas
5. Wikipedia
6. Vídeos en Youtube
7. Social Mentions
8. Creative commons
9. Google Analytics
10. Guía Facebook

MÓDULO 4. VIDEOTUTORIALES REDES SOCIALES

1. Internet y la web
2. Web 2.0
3. Blog
4. Redes sociales
5. El botón me gusta y perfiles de Facebook

6. Google +
7. Tweets, Timeline, Hashtag, Trending topics
8. Alta en LinkedIn