master

Master Profesional en **Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales**

INEAF Business School

Índice

Master Profesional en **Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales**

1. Historia
2. Titulación Master Profesional en Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales

Resumen / A quién va dirigido / Objetivos / Para que te prepara / Salidas Laborales / INEAF Plus

3. Metodología de Enseñanza
4. Alianzas
5. Campus Virtual
6. Becas
7. Claustro Docente
8. Temario Completo

Historia

Ineaf Business School

En el año 1987 nace la primera promoción del Máster en Asesoría Fiscal impartido de forma presencial, a sólo unos metros de la histórica Facultad de Derecho de Granada. Podemos presumir de haber formado a profesionales de éxito durante las 27 promociones del Máster presencial, entre los que encontramos abogados, empresarios, asesores fiscales, funcionarios, directivos, altos cargos públicos, profesores universitarios...

El Instituto Europeo de Asesoría Fiscal INEAF ha realizado una apuesta decidida por la innovación y nuevas tecnologías, convirtiéndose en una Escuela de Negocios líder en formación fiscal y jurídica a nivel nacional.

Ello ha sido posible gracias a los cinco pilares que nos diferencian:

- **Claustro** formado por profesionales en ejercicio.
- **Metodología y contenidos** orientados a la práctica profesional.
- **Ejemplos y casos prácticos** adaptados a la realidad laboral.
- **Innovación** en formación online.
- **Acuerdos** con Universidades.

Master Profesional en

Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales

DURACIÓN	1500 H
PRECIO	1895 €
MODALIDAD	Online

Entidad:

INEAF - Instituto Europeo de Asesoría Fiscal

INEAF BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Master Profesional

- 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."

Resumen

La globalización ha provocado una mayor conexión y comunicación entre países de zonas alejadas. Las empresas, ante esto, tienen una oportunidad excelente para conseguir dar a conocer sus productos y servicios, aumentando así sus beneficios. El Master en Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales te proporcionará los conocimientos necesarios para aprovecharte de las ventajas de la actual era digital. ¡Todo está a golpe de clic!

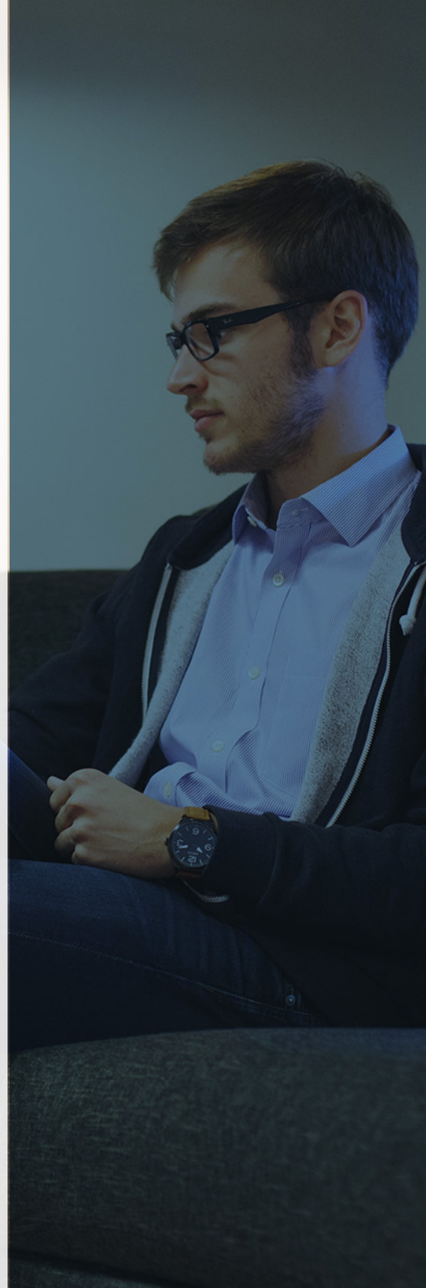
A quién va dirigido

Dirigido a graduados en ramas relacionadas con el comercio y la comunicación (Marketing e Investigación de Mercados, Publicidad y Relaciones Públicas, ...). El Master en Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales resulta ideal, de igual manera, para cualquier empresario que desee introducirse o aumentar sus conocimientos sobre el comercio online.

Objetivos

Con el Master Profesional en ***Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales*** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Asimilar conceptos esenciales sobre la comunicación y el marketing digital.
- Dominar el manejo de redes sociales, teniendo en cuanta sus peculiaridades.
- Tener unas nociones básicas de inglés para hacer frente a las distintas situaciones que pueden darse en este campo.
- Conocer las características propias y diferencias entre marketing online y marketing mobile.



¿PARA QUÉ TE PREPARA?

El Master en Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales te ofrece la oportunidad de aprovechar al máximo las nuevas tecnologías y conseguir una estrategia competitiva que puede resultar clave en el crecimiento de tu empresa o negocio. Serás capaz de distinguir los diferentes tipos de marketing y tener conceptos fundamentales en comunicación y publicidad. Dominarás las redes sociales que tanta importancia han cobrado en los últimos años.

SALIDAS LABORALES

Con este master podrás trabajar en cualquier empresa digital o empresa que ofrezca a sus clientes la forma de adquirir sus productos a través de internet, ofertando y publicitándose en este medio. Serás un experto en marketing digital y online por tanto serás más competitivo en el mercado laboral. Si eres empresario igualmente este master te ayudará a que tu empresa se posicione en el mercado online.

INEAF *Plus.*

Descubre las ventajas

SISTEMA DE CONVALIDACIONES INEAF

La organización modular de nuestra oferta formativa permite formarse paso a paso; si ya has estado matriculado con nosotros y quieres cursar nuevos estudios solicita tu plan de convalidación. No tendrás que pagar ni cursar los módulos que ya tengas superados.

ACCESO DE POR VIDA A LOS CONTENIDOS ONLINE

Aunque haya finalizado su formación podrá consultar, volver a estudiar y mantenerse al día, con acceso de por vida a nuestro Campus y sus contenidos sin restricción alguna.

CONTENIDOS ACTUALIZADOS

Toda nuestra oferta formativa e información se actualiza permanentemente. El acceso ilimitado a los contenidos objetode estudio es la mejor herramienta de actualización para nuestros alumno/as en su trabajo diario.

DESCUENTOS EXCLUSIVOS

Los antiguos alumno/as acceden de manera automática al programa de condiciones y descuentos exclusivos de INEAF Plus, que supondrá un importante ahorro económico para aquellos que decidan seguir estudiando y así mejorar su currículum o carta de servicios como profesional.

OFERTAS DE EMPLEO Y PRÁCTICAS

Desde INEAF impulsamos nuestra propia red profesional entre nuestros alumno/as y profesionales colaboradores. La mejor manera de encontrar sinergias, experiencias de otros compañeros y colaboraciones profesionales.

NETWORKING

La bolsa de empleo y prácticas de INEAF abre la puerta a nuevas oportunidades laborales. Contamos con una amplia red de despachos, asesorías y empresas colaboradoras en todo el territorio nacional, con una importante demanda de profesionales con formación cualificada en las áreas legal, fiscal y administración de empresas.

En INEAF ofrecemos oportunidades de formación sin importar horarios, movilidad, distancia geográfica o conciliación.

Nuestro método de estudio online se basa en la integración de factores formativos y el uso de las nuevas tecnologías. Nuestro equipo de trabajo se ha fijado el objetivo de integrar ambas áreas de forma que nuestro alumnado interactúe con un CAMPUS VIRTUAL ágil y sencillo de utilizar. Una plataforma diseñada para facilitar el estudio, donde el alumnado obtenga todo el apoyo necesario, ponemos a disposición del alumnado un sinfín de posibilidades de comunicación.

Nuestra metodología de aprendizaje online, está totalmente orientada a la práctica, diseñada para que el alumnado avance a través de las unidades didácticas siempre prácticas e ilustradas con ejemplos de los distintos módulos y realice las Tareas prácticas (Actividades prácticas, Cuestionarios, Expedientes prácticos y Supuestos de reflexión) que se le irán proponiendo a lo largo del itinerario formativo.

Al finalizar el máster, el alumnado será capaz de transformar el conocimiento académico en conocimiento profesional.

metodología INEAF

Profesorado y servicio de tutorías

Todos los profesionales del Claustro de INEAF compatibilizan su labor docente con una actividad profesional (Inspectores de Hacienda, Asesores, Abogados …) que les permite conocer las necesidades reales de asesoramiento que exigen empresas y particulares. Además, se encargan de actualizar continuamente los contenidos para adaptarlos a todos los cambios legislativos, jurisprudenciales y doctrinales.

Durante el desarrollo del programa el alumnado contará con el apoyo permanente del departamento de tutorización. Formado por especialistas de las distintas materias que ofrecen al alumnado una asistencia personalizada a través del servicio de tutorías on-line, teléfono, chat, clases online, seminarios, foros ... todo ello desde nuestro CAMPUS Online.

Materiales didácticos

Al inicio del programa el alumnado recibirá todo el material asociado al máster en papel. Estos contenidos han sido elaborados por nuestro claustro de expertos bajo exigentes criterios de calidad y sometido a permanente actualización. Nuestro sistema de Campus online permite el acceso ilimitado a los contenidos online y suministro gratuito de novedades y actualizaciones que hacen de nuestros recursos una valiosa herramienta para el trabajo diario.

Alianzas

En INEAF, las **relaciones institucionales** desempeñan un papel fundamental para mantener el máximo grado de excelencia en nuestra oferta formativa y situar a nuestros alumno/as en el mejor escenario de oportunidades laborales y relaciones profesionales.

ASOCIACIONES Y COLEGIOS PROFESIONALES

Las alianzas con asociaciones, colegios profesionales, etc. posibilitan el acceso a servicios y beneficios adicionales a nuestra comunidad de alumno/as.

EMPRESAS Y DESPACHOS

Los acuerdos estratégicos con empresas y despachos de referencia nos permiten nutrir con un especial impacto todas las colaboraciones, publicaciones y eventos de INEAF. Constituyendo INEAF un cauce de puesta en común de experiencia.

En nuestro afán por adaptar el aprendizajea la filosofía 3.0 y fomentar el empleo de los nuevos recursos tecnológicos en la empresa, **hemos desarrollado un Campus virtual (Plataforma Online para la Formación 3.0) exclusivo de última generación con un diseño funcional e innovador.**

Entre las herramientas disponibles encontrarás: servicio de tutorización, chat, mensajería y herramientas de estudio virtuales (ejemplos, actividades prácticas – de cálculo, reflexión, desarrollo, etc.-, vídeo-ejemplos y vídeotutoriales, además de “supercasos”, que abarcarán módulos completos y ofrecerán al alumnado una visión de conjunto sobre determinadas materias).

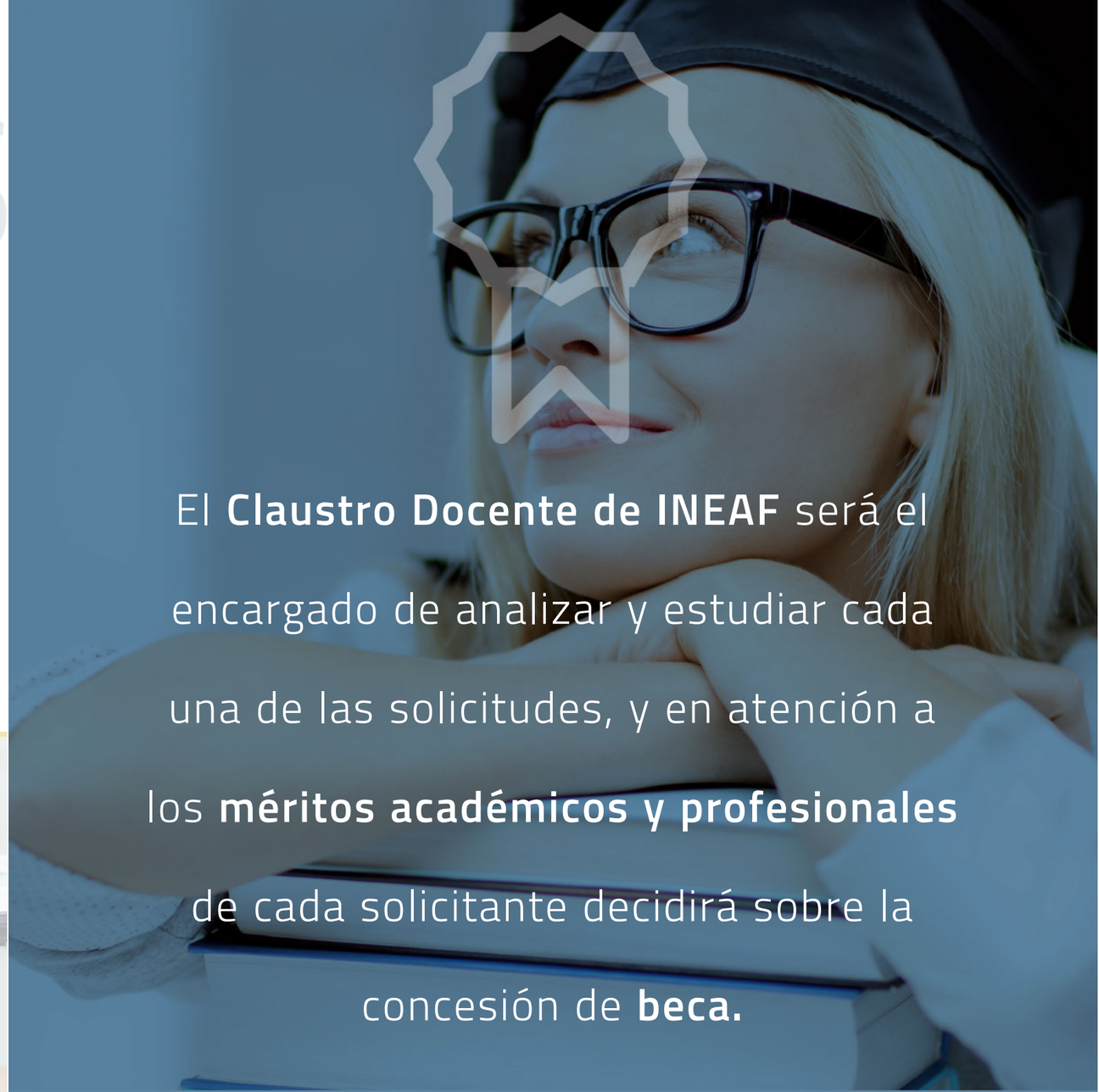
El Campus Virtual permite establecer contacto directo con el equipo de tutorización a través del sistema de comunicación, permitiendo el intercambio de archivos y generando sinergias muy interesantes para el aprendizaje.

El alumnado dispondrá de **acceso ilimitado a los contenidos** contando además con manuales impresos de los contenidos teóricos de cada módulo, que le servirán como apoyo para completar su formación.

En INEAF apostamos por tu formación y ofrecemos un **Programa de becas y ayudas al estudio.** Somos conscientes de la importancia de las ayudas al estudio como herramienta para garantizar la inclusión y permanencia en programas formativos que permitan la especialización y orientación laboral.

BECA DESEMPLEO, DISCAPACIDAD Y FAMILIA NUMEROSA	BECA ALUMNI	BECA EMPRENDE, GRUPO	BECA RECOMIENDA
Documentación a aportar (desempleo): • Justificante de encontrarse en situación de desempleo Documentación a aportar (discapacidad): • Certificado de discapacidad igual o superior al 33 %. Documentación a aportar (familia numerosa): • Se requiere el documento que acredita la situación de familia numerosa.	Documentación a aportar: • No tienes que aportar nada. ¡Eres parte de INEAF!	Documentación a aportar (emprende): • Estar dado de alta como autónomo y contar con la última declaración-liquidación del IVA. Documentación a aportar (grupo): • Si sois tres o más personas, podréis disfrutar de esta beca.	Documentación a aportar: • No se requiere documentación, tan solo venir de parte de una persona que ha estudiado en INEAF previamente.
20%	**25%**	**15%**	**15%**

Para más información puedes contactar con nosotros en el teléfono 958 050 207 y también en el siguiente correo electrónico: formacion@ineaf.es



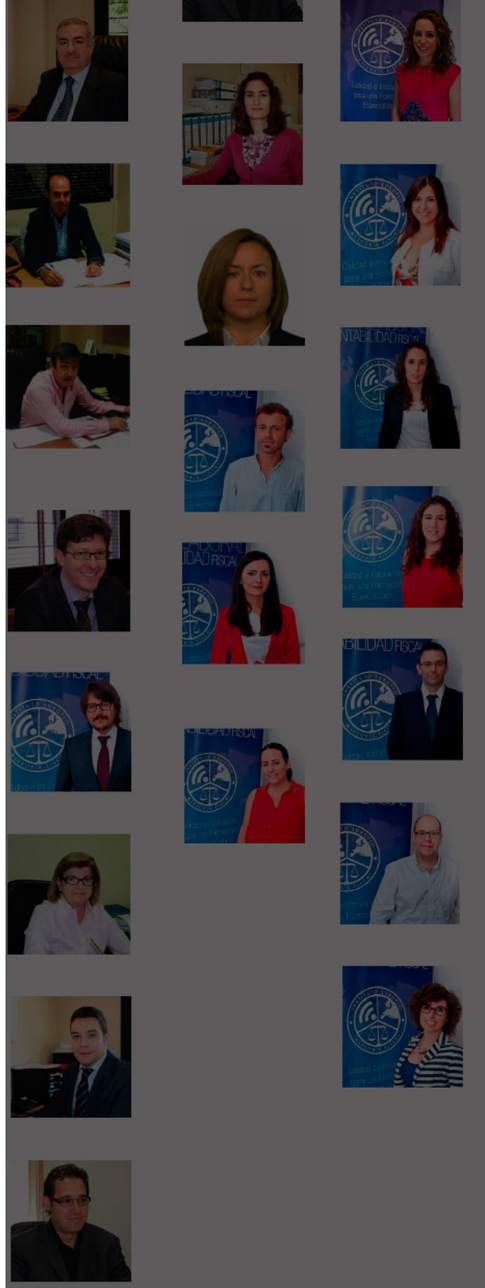
El **Claustro Docente de INEAF** será el encargado de analizar y estudiar cada una de las solicitudes, y en atención a los **méritos académicos y profesionales** de cada solicitante decidirá sobre la concesión de **beca.**

Claustro docente

Nuestro equipo docente está formado por Inspectores de Hacienda, Abogados, Economistas, Graduados Sociales, Consultores, ... Todos ellos profesionales y docentes en ejercicio, con contrastada experiencia, provenientes de diversos ámbitos de la vida empresarial que aportan aplicación práctica y directa de los contenidos objeto de estudio, contando además con amplia experiencia en impartir formación a través de las TICs.

Se ocupará además de resolver dudas al alumnado, aclarar cuestiones complejas y todas aquellas otras que puedan surgir durante la formación.

Si quieres saber más sobre nuestros docentes accede a la seccion Claustro docente de nuestra web desde **aquí**



Temario

Master Profesional en **Comunicación Digital, Marketing y Redes Sociales**

PROGRAMA ACADEMICO

Módulo 1. Comunicación y publicidad: aproximación

Módulo 2. Introducción al marketing digital

Módulo 3. Componentes del marketing digital

Módulo 4. Medio online: comunicación y publicidad

Módulo 5. Marketing mobile y publicidad

Módulo 6. Social media, redes sociales y web 20

Módulo 7. Régimen jurídico del marketing digital

Módulo 8. Learn and practice english (upper intermediate b2)

Módulo 1.

Comunicación y publicidad: aproximación

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

1. ¿Qué es la comunicación?
2. El Marketing como raíz de la comunicación digital
3. Otros componentes del marketing (4 P's)
4. Comunicación integrada de marketing (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

LA PUBLICIDAD COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN

1. ¿Qué es la Publicidad?
2. Elementos de la comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria
4. El Departamento de Publicidad en la empresa
5. Las Agencias de publicidad como emisor técnico
6. El canal de la comunicación: Medios Publicitarios ATL (Above The Line)
7. El receptor de publicidad: el mercado y los consumidores
8. Estrategias publicitarias y de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

LA CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD

1. ¿Qué es la creatividad?
2. Los encargados de la creatividad en las empresas
3. El briefing creativo
4. La creatividad en el medio digital
5. El Copywriting
6. Formatos y técnicas para aplicar la creatividad
7. El packaging como elemento creativo
8. El Portafolio creativo

Módulo 2.

Introducción al marketing digital

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Marketing electrónico o 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.

FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1. Las 4F's del Marketing Online: Flujo, funcionalidad, feedback y fidelización
2. Tipos de Marketing Online
3. El marketing como medio para conseguir unos objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs. Marketing tradicional: ventajas y características
2. Investigación comercial en marketing digital: recoger información
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Estrategia de Marketing Online

Módulo 3.

Componentes del marketing digital

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

EMPRESAS DIGITALES Y MARKETING MIX

1. Marketing Mix: dimensiones y variables
2. Producto
3. Precio
4. Distribución
5. Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE INTERNET

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. Los estímulos de marketing en los consumidores e internautas
3. Elaboración de estrategias adaptadas al comportamiento del internauta
4. Variables que inciden en el comportamiento del internauta

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

BRANDING Y POSICIONAMIENTO EN INTERNET

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y Nuevas tendencias

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. El plan de marketing digital: Mapa de rutas
2. Análisis de la competencia: estrategias empresariales
3. Análisis de la demanda: Monitoricemos gustos, preferencias, usos y costumbres
4. Análisis DAFO
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento y definición de objetivos
7. La Imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

Módulo 4.

Medio online: comunicación y publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

EL ENTORNO DIGITAL

1. Origen de Internet, la World Wide Web y los buscadores
2. - Hipertexto, Multimedia, Hipermedia y lenguaje HTML
3. - La fotografía en el medio digital
4. - La convergencia digital
5. Internet como fuente de información
6. Herramientas de comunicación digital
7. Origen de la web 2.0
8. Características y ventajas de la web 2.0
9. Web 2.0 orientada a empresas y consumidores
10. Proceso continuo de transformación: la web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

EL ANUNCIANTE EN LA RED

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online y confianza
3. Identidad digital: determinación de unos rasgos propios
4. E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?
5. Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. Introducción al comercio electrónico
3. Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossumer
4. El comportamiento de los usuarios de Internet
5. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN: SERVICIOS ONLINE

1. Formularios de contacto
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Tecnologías de aplicaciones web
5. Servicios de alojamiento de archivos: fotografías, vídeos y audio

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
2. Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
3. Tipos de redes sociales: Conectarnos
4. Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario
5. Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
6. Importancia y repercusión de las redes sociales
7. Las redes sociales como intercambio constante de información
8. Redes sociales en dispositivos móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

CRM EN EL MEDIO ONLINE

1. Marketing de ralaciones
2. Del CRM al e-CRM
3. Estrategia de atención al cliente
4. Optimización en la gestión del marketing relacional
5. Real time management
6. Social CRM y generación de leads

Módulo 5.

Marketing mobile y publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

INTRODUCCIÓN AL MARKETING MOBILE

1. Introducción al marketing mobile
2. Definición de Mobile Marketing
3. Historial del Mobile Marketing
4. Las nuevas tendencias y patrones de comportamiento en los consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

OBJETIVOS Y SEGUIMIENTO DEL MARKETING MOBILE

1. Introducción: Acceso a la telefonía móvil
2. Edad y género como variables en marketing mobile
3. Ingresos del destinatario como variable
4. Estudiar los objetivos del Mobile Marketing: perfiles de usuario, objetivos demográficos, dispositivos y operadores
5. Siguiendo y análisis de campañas: seguimiento de mensajes y analítica web

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

ADAPTAR LA ANALÍTICA WEB TRADICIONAL AL MÓVIL

1. Analítica web tradicional y analítica móvil: Google Analytics, Omniture, Web Trends y comScore
2. Seguimiento de los eMails en el móvil
3. Seguimiento de aplicaciones: Flurry, Google Analytics, Omniture y Web Trends
4. Seguimiento offline, de mensajes de texto y de llamadas
5. Seguimiento de la lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

LA ERA DE LOS SMARTPHONES

1. Introducción: los teléfonos inteligentes o Smartphone
2. Symbian
3. Windows Phone
4. iPhone OS
5. Android

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

PUBLICIDAD MÓVIL

1. Diferentes tipos de publicidad móvil
2. Publicidad on-Deck VS Publicidad off-Deck
3. Crear campañas publicitarias móviles: Creatividad, Diseño, Orientación de la campaña y Evaluación del éxito
4. Ejemplos prácticos de publicidad móvil
5. Redes móviles de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

MARKETING Y PROMOCIONES MÓVILES BASADAS EN LA LOCALIZACIÓN

1. Introducción a las promociones móviles
2. ¿Qué productos son adecuados para los cupones móviles? Objetivos y expectivas
3. Marketing basado en la localización y en proximidad digital

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

APLICACIONES PARA MÓVIL: REFORZAR LA IMAGEN DE MARCA

1. Juegos para móvil
2. Aplicaciones móviles de servicios públicos
3. ¿Dónde obtener aplicaciones?
4. Desarrollando mi aplicación
5. Promocionando nuestra aplicación
6. Otros puntos a tener en cuenta

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

DESARROLLO DE SITIOS WEB PARA MÓVILES

1. Introducción: estilo, diseño y contenido web para el móvil
2. Mobile Web y WAP
3. Dominios dotMobi
4. Organización y Arquitectura de un sitio móvil
5. Revisión de la cabecera HTTP
6. Revisión del Código Móvil
7. Tamaño de las páginas
8. Qué se puede esperar de sus imágenes
9. Adaptar las tipos de fuente para móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 9.

OPTIMIZACIÓN DE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA MÓVIL

1. ¿Cómo funciona la optimización de motores de búsqueda móvil?
2. Mejores prácticas para móvil SEO básico
3. ¿En qué búsquedas debemos posicionar nuestro sitio web?
4. Descubrir cómo se posicionan nuestras palabras clave
5. Seguimiento del SEO móvil y nuestras palabras clave
6. Prácticas avanzadas de SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 10.

INTEGRANDO EL MARKETING MÓVIL CON EL MARKETING ONLINE Y OFFLINE

1. Unificar los mensajes con varias comunicaciones
2. Integración móvil con el marketing offline
3. Integración móvil con el Marketing Online

UNIDAD DIDÁCTICA 11.

E-COMERCIO MÓVIL

1. Introducción: comercio móvil y seguridad
2. Micropagos
3. Macropagos
4. La banca Móvil
5. Seguridad y otras cuestiones

Módulo 6.

Social media, redes sociales y web 20

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

LA WEB

1. Origen de la Web 2.0 y 3.0
2. Principales características de la Web 3.0
3. Aportación de la Web 3.0 tanto a empresas como a consumidores
4. Ventajas de la Web 3.0
5. La Web 4.0
6. Video tutorial: La evolución de la web

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

APLICACIONES DE LA WEB EN EL MARKETING

1. Formularios de contacto
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones en línea
5. Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
6. Evolución del perfil de usuario

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

REDES SOCIALES

1. La integración de las redes sociales en la estrategia corporativa de la empresa
2. Tipos de redes sociales
3. Ventajas y desventajas de las redes sociales
4. Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
5. Importancia y repercusión de las redes sociales
6. Las redes sociales como intercambio constante de información
7. Video tutorial: Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)

1. Marketing en Redes Sociales, el SMM
2. Nuevos consumidores: prosumer y crossumer
3. Escuchar a tus seguidores
4. Animar a participar
5. Cómo mejorar la experiencia de compra del consumidor
6. Seguimiento de audiencias
7. Publicidad en social media
8. El poder del efecto viral
9. Video : Social Media Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online
3. Identidad digital
4. Reputación dañada, como gestionar este tipo de crisis
5. Principales herramientas e indicadores
6. Video tutorial: Gestión de reputación online de una marca

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

SOCIAL MEDIA PLAN

1. El plan de medios sociales
2. Objetivos y estrategia del plan de medios sociales
3. Posicionamiento e imagen de marca
4. Captación y fidelización de audiencias
5. Integración del plan de medios sociales en la estrategia de marketing de la empresa
6. Video tutorial: Social Media Strategic

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

SOCIAL MEDIA MOBILE

1. Redes Sociales en dispositivos móviles
2. Tipos de redes sociales móviles
3. Estrategia de contenidos en redes móviles
4. Uso de las redes en mi empresa
5. Errores que no se deben cometer
6. Video tutorial: Optimización Mobile

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

LA FIGURA DEL SOCIAL MEDIA MANAGER

1. ¿Qué es un Social Media Manager?
2. La figura del Social Media Manager en la empresa
3. Competencias y responsabilidades
4. La organización del profesional en redes sociales
5. Principios sobre la gestión del tiempo
6. Herramientas de gestión y monitorización para rentabilizar el tiempo en la Web
7. Objetivos y seguimiento del Social Media Manager
8. Errores que no debe cometer un Social Media Manager
9. Video tutorial: Social Media Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 9.

ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS EN REDES SOCIALES

1. Análisis del tráfico en redes sociales
2. Fijar objetivos en redes sociales
3. Facebook
4. Twitter
5. Youtube
6. Twitch
7. Instagram
8. TikTok
9. Blogs
10. Reputación online
11. Vídeo tutorial: Posicionamiento web

UNIDAD DIDÁCTICA 10.

ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES

1. Servicios en las Redes Sociales
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Protección de la Propiedad Intelectual
5. Protección de los consumidores y usuarios
6. Delitos en las redes sociales
7. Menores e incapaces en las redes sociales
8. Vídeo tutorial: Protección de datos en redes sociales

Módulo 7.

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
3. - Ley General de Publicidad de 11 de noviembre de 1988
4. - Ley de Competencia desleal de 10 de enero de 1991
5. - Otros textos de referencia

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

COMUNICACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. - Referencia al Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD)
3. Requisitos de información para los consumidores
4. - Información de nuestra web
5. Seguridad de la información y las comunicaciones electrónicas
6. - Seguridad en Internet
7. - Firmas digitales
8. - Certificado digital
9. - La factura electrónica
10. 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
2. - Normativa comunitaria sobre seguridad de la información
3. - Normas sobre gestión de la seguridad de la información: Familia de Normas ISO 27000
4. - Legislación española sobre seguridad de la información
5. Bases de datos: cloud computing
6. Direcciones de correo electrónico
7. 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
3. - Las marcas y el marketing
4. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes
5. - Derechos de propiedad intelectual de terceros
6. - 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
2. - Objeto de la LSSI-CE
3. - Ámbito de aplicación de la LSSI-CE
4. Obligaciones y régimen de responsabilidad
5. Infracciones y sanciones
6. - Infracciones
7. - Sanciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

MARKETING Y WEB 30

1. Acciones de marketing en la web 3.0
2. - Creación de espacios 3.0
3. - La protección de los menores en entornos 3.0
4. Publicidad en entornos 3.0
5. Concursos y sorteos online

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

LA REPUTACIÓN ONLINE

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

Módulo 8.

Learn and practice english (upper intermediate b2)

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

RELATIVES

1. Listening: Home sweet home
2. Reading: Household tasks
3. Grammar : Present tenses
4. Writing: How to write informal e-mails

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

FREE TIME

1. Listening: Important choice
2. Reading: Unforgettable summer
3. Grammar: Past tenses
4. Writing: How to write a story

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

I GOT A JOB

1. Listening: Welcome to the office
2. Reading: Study and work
3. Grammar: Future tenses
4. Writing: How to write a formal letter

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

SHOW MUST GO ON

1. Listening: Music or theatre?
2. Reading: Talent show
3. Grammar: Conditional sentences
4. Writing: How to write an essay

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

SHOPPING DAY

1. Listening: Internet or shopping centre?
2. Reading: Luxury in London
3. Grammar: Modal verbs
4. Writing: How to write a review

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

DIFFERENT WORLD

1. Listening: Nature-tourism industry
2. Reading: Green houses
3. Grammar: Reported speech
4. Writing: How to write an article

www.ineaf.es

INEAF BUSINESS SCHOOL

958 050 207 · formacion@ineaf.es