



Masters Profesionales

Master en Marketing Digital y Analítica Web



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master en Marketing Digital y Analítica Web

1. Sobre Inesem

2. Master en Marketing Digital y Analítica Web

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Porqué elegir Inesem?

6. Orientacion

7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM

BUSINESS SCHOOL

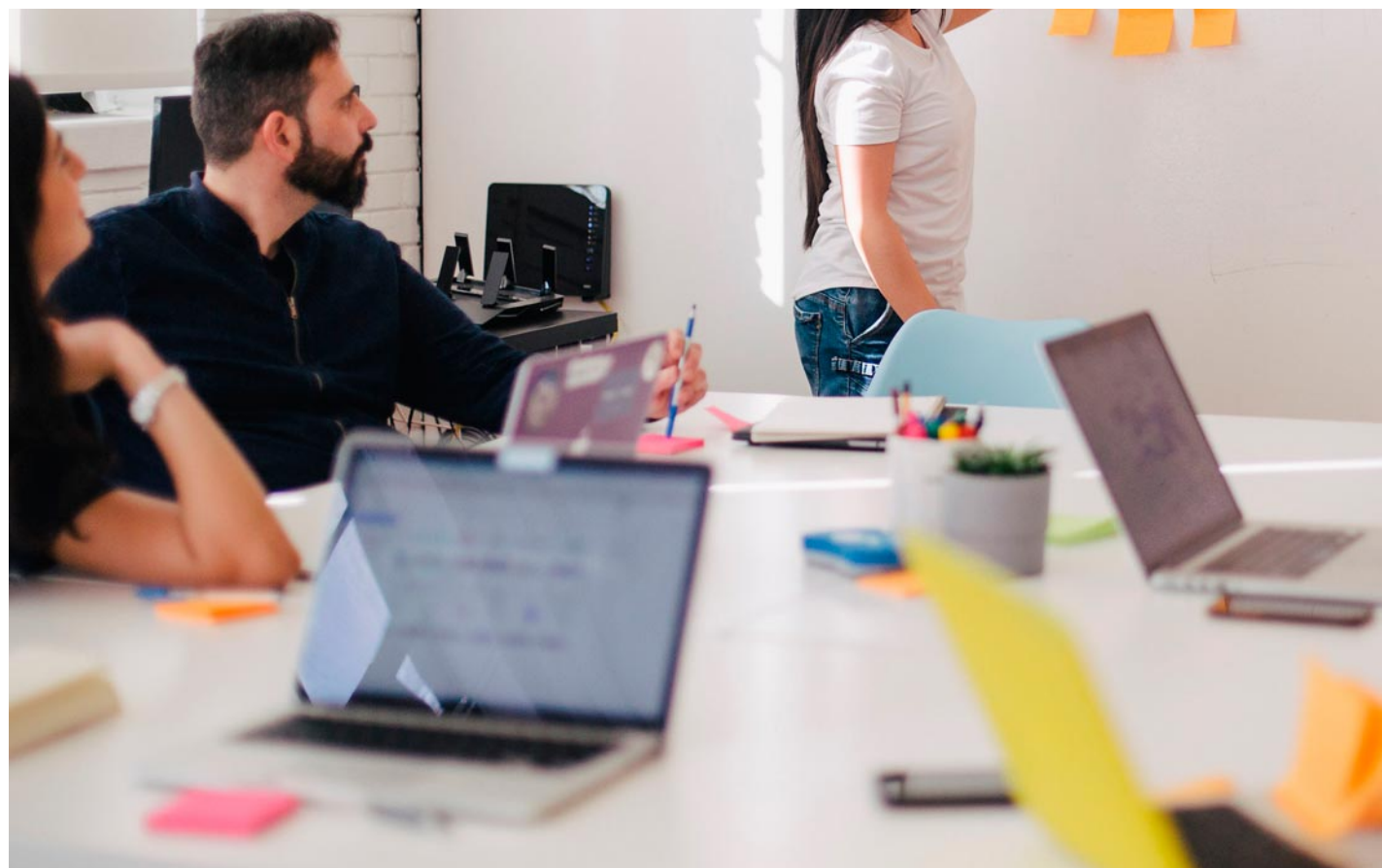


INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Master en Marketing Digital y Analítica Web



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters Profesionales

- Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."

Resumen

El marketing digital es el componente de la mercadotecnia que utiliza Internet y las diferentes tecnologías digitales en línea (móviles, ordenadores, redes sociales...) para promover productos y servicios. Es por eso que la formación en este aspecto es fundamental para aprovechar todo el potencial que esta estrategia puede ofrecernos. Por ello, este master en marketing digital y analítica web te prepara para conocer todos los detalles de esta especialidad. Conocerás los fundamentos del marketing digital, cómo posicionar correctamente nuestros productos, cómo optimizar nuestras páginas web para que se indexen de forma óptima, cómo usar las redes sociales para realizar marketing dirigido a los grupos de interés que queramos y cómo analizar los datos que nos arrojan las herramientas de analytics.

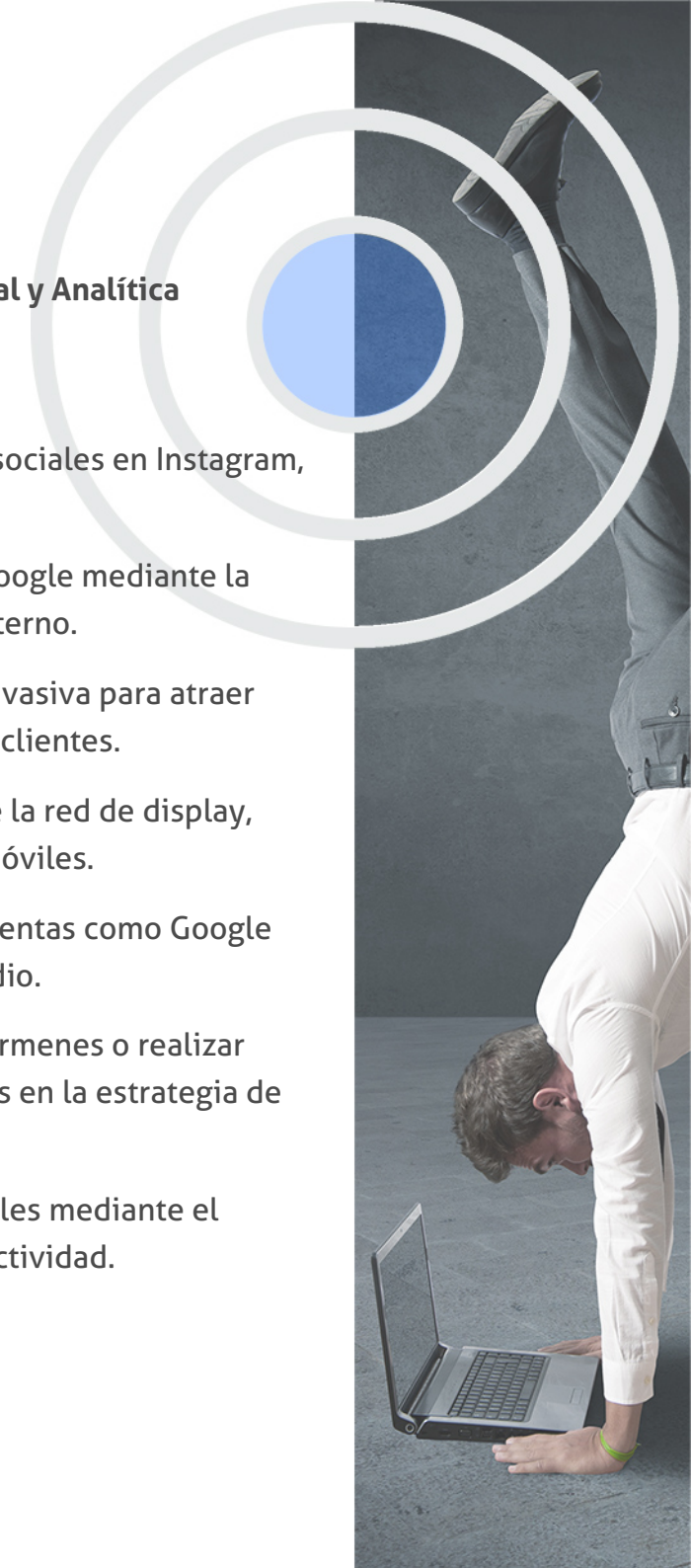
A quién va dirigido

El Master en Marketing Digital y Analítica Web está dirigido a cualquier persona interesada en introducirse en el apasionante mundo del marketing digital, la analítica web y el uso de todas sus herramientas y técnicas. También se dirige a profesionales que deseen actualizarse en esta área o emprendedores interesados en vender sus productos o servicios por los canales digitales.

Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Marketing Digital y Analítica Web** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Gestionar y crear campañas publicitarias en redes sociales en Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn.
- Dominar estrategias de posicionamiento web en Google mediante la gestión y creación de contenido o con enlazado externo.
- Realizar una estrategia de inbound marketing no invasiva para atraer nuevos clientes, finalizar ventas y fidelizar nuevos clientes.
- Crear campañas publicitarias en Google a través de la red de display, shopping, búsquedas, o adaptadas a dispositivos móviles.
- Extraer conclusiones analizando datos con herramientas como Google Analytics, Google Tag Manager o Google Data Estudio.
- Utilizar Adobe Analytics para extraer métricas, informes o realizar segmentaciones que faciliten la toma de decisiones en la estrategia de marketing.
- Mejorar la atención de usuarios o clientes potenciales mediante el manejo profesional del CRM para mejorar la productividad.





¿Y, después?

Para qué te prepara

Este Master en Marketing Digital y Analítica Web te prepara para desenvolverte en dos de los campos con más crecimiento y presencia de los últimos tiempos: el marketing digital y la analítica web. Aprenderás todo lo necesario sobre el marketing mediante el uso de campañas, posicionamiento, manejo de redes sociales o email entre otras. Además, serás capaz de tomar decisiones basadas en las estadísticas arrojadas por los diferentes servicios de analítica web.

Salidas Laborales

Las principales salidas profesionales a las que podrás optar con este Master en Marketing Digital y Analítica Web son las de experto en marketing digital dominando las estrategias de SEO, SEM, campañas dirigidas, redes sociales, email, etcétera y con competencias en la analítica web usando las herramientas de Google y Adobe para una toma de decisiones más acertada.

¿Por qué elegir INESEM?

El alumno es el protagonista

01

Nuestro modelo de aprendizaje se adapta a las necesidades del alumno, quién decide cómo realizar el proceso de aprendizaje a través de itinerarios formativos que permiten trabajar de forma autónoma y flexible.



Innovación y Calidad

Ofrecemos un servicio de orientación profesional y programas de entrenamiento de competencias con el que ayudamos a nuestros alumnos a crear y optimizar su perfil profesional.

02

Empleabilidad y desarrollo profesional



03

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

INESEM Orienta

Ofrecemos una asistencia complementaria y personalizada que impulsa la carrera de nuestros alumnos a través de nuestro Servicio de Orientación de Carrera Profesional permitiendo la mejora de competencias profesionales mediante programas específicos.



04

Facilidades Económicas y Financieras



05

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades para la realización del pago de matrículas 100% sin intereses así como un sistema de Becas para facilitar el acceso a nuestra formación.



PROGRAMA ACADEMICO

Master en Marketing Digital y Analítica Web

Módulo 1. **Introducción al marketing digital**

Módulo 2. **Social media management**

Módulo 3. **Motores de búsqueda y planificación estratégica**

Módulo 4. **Seo on page y seo off page**

Módulo 5. **Sem- google ads**

Módulo 6. **Estrategia de inbound marketing**

Módulo 7. **Analítica web y big data**

Módulo 8. **Analítica web: google analytics, google tag manager y looker studio**

Módulo 9. **Adobe analytics**

Módulo 10. **Customer relationship management**

Módulo 11. **Proyecto fin de máster**

Módulo 1. Introducción al 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. Formas del marketing en internet

- 1. Las F's del Marketing Online
- 2. Formas del Marketing Online
- 3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

Unidad didáctica 3. Investigación comercial en marketing digital

- 1. Marketing digital vs Marketing tradicional
- 2. Investigación comercial en marketing digital
- 3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
- 4. Estrategia de marketing digital
- 5. Marketing estratégico en Internet

Módulo 2.

Social media management

Unidad didáctica 1.

Introducción y 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 2.

Gestión de facebook

- 1. Primero 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

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

Unidad didáctica 4.

Gestión de twitter

- 1. Introducción a Twitter
- 2. Elementos básicos de Twitter
- 3. Twitter para empresas
- 4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
- 5. Contenidos
- 6. Uso de Hashtags y Trending Topic
- 7. Twitter Analytics
- 8. TweetDeck
- 9. Audiense
- 10. Hootsuite
- 11. Bitly

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. Power Editor
- 10. Pixel de Facebook

Unidad didáctica 10.

Publicidad social media- instagram ads

- 1. Introducción a Instagram Ads
- 2. Objetivos publicitarios
- 3. Tipos de anuncios
- 4. Administrador de anuncios
- 5. Presupuesto
- 6. Instagram Partners
- 7. Segmentación

Unidad didáctica 11.

Publicidad social media- twitter ads

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

Unidad didáctica 12.

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 13.

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 14.

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 3.

Motores de búsqueda y planificación estratégica

Unidad didáctica 1.

Qué es el seo

- 1. 1. Principales conceptos
- 2. 2. SEO frente a SEM
- 3. 3. Contexto y evolución del SEO
- 4. 4. El papel del SEO en el marketing digital
- 5. 5. Factores internos y externos en el SEO

Unidad didáctica 2.

Motores de búsqueda

- 1. 1. Motores de búsqueda: partes y funcionamiento
- 2. 2. El proceso de búsqueda de información
- 3. 3. Indexabilidad en motores de búsqueda
- 4. 4. Tipos de buscadores
- 5. 5. Términos e intención de búsqueda

Unidad didáctica 3.

El motor de búsqueda por excelencia google

- 1. 1. Factores de relevancia
- 2. 2. Evolución de los algoritmos de Google
- 3. 3. El algoritmo Rankbrain
- 4. 4. Google Crawling
- 5. 5. Google Panda
- 6. 6. Google Penguin
- 7. 7. Google Hummingbird
- 8. 8. Penalizaciones y soluciones

Unidad didáctica 4.

Content management system

- 1. 1. Qué es un CMS
- 2. 2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
- 3. 3. Wordpress y Woocommerce
- 4. 4. Prestashop y Magento
- 5. 5. JavaScript y CSS
- 6. 6. HTML

Unidad didáctica 5.

Definir objetivos seo

- 1. 1. Desarrollo del plan SEO: metodología y planificación
- 2. 2. Investigación de la competencia
- 3. 3. ¿El contenido es el rey?
- 4. 4. SEO local y SEO internacional
- 5. 5. Tipos de dominio: geolocalización

Unidad didáctica 6.

Audiencia objetivo y nichos de mercado

- 1. 1. Definiendo el target objetivo
- 2. 2. Segmentación de mercado
- 3. 3. Comportamiento del usuario y decisiones de compra
- 4. 4. El funnel o embudo de conversión
- 5. 5. Customer journey

Unidad didáctica 7.

Keyword research (planificación e investigación de palabras clave)

- 1. 1. Qué son las keywords
- 2. 2. Tipos de keywords
- 3. 3. Selección de palabras clave
- 4. 4. Keywords Longtail
- 5. 5. Intenciones de búsqueda: Answer the public (cambio de nombre)
- 6. 6. Herramientas para keyword research: Semrush y Sistrix (unificación y cambio de nombre)
- 7. 7. Herramientas gratuitas
- 8. 8. Extensiones para Google Chrome (cambio de nombre)

Unidad didáctica 1.

Arquitectura del sitio web

- 1. Estructura de una web
- 2. Análisis de metadatos
- 3. Elementos html
- 4. Hoja de estilo CSS
- 5. SEO en HTML

Unidad didáctica 2.

Fijando objetivos seo

- 1. Introducción
- 2. Información útil, información fresa
- 3. Flash, el problema del invisible
- 4. Densidad de palabra clave
- 5. Long Tail, la larga cola de palabra clave
- 6. Marketing en internet: captando visitas

Unidad didáctica 3.

Usabilidad

- 1. Introducción
- 2. Experiencia de usuario -UX
- 3. Diseño centrado en el usuario
- 4. Prototipado y diseño de interacción
- 5. Evaluación de Usabilidad

Unidad didáctica 4.

Algoritmo de google

- 1. Funcionamiento del algoritmo de Google
- 2. Actualizaciones más relevantes
- 3. Posibles penalizaciones
- 4. Recomendaciones y buenas prácticas

Unidad didáctica 5.

Análisis de los metadatos

- 1. Etiquetas meta name
- 2. Etiqueta meta description
- 3. Etiqueta meta Keyword
- 4. Etiqueta meta Robots
- 5. Etiqueta meta viewport
- 6. Etiqueta meta nosnippet
- 7. etiqueta meta http-equiv
- 8. Etiqueta Title

Unidad didáctica 6.

Herramientas y plugins

- 1. Herramientas para la optimización del SEO on Page
- 2. Qué es un plugin
- 3. Plugins para la optimización del SEO on Page

Unidad didáctica 7.

Importancia de los enlaces en seo

- 1. Cómo es un enlace entrante
- 2. Consideraciones de los enlaces entrantes
- 3. Análisis de enlaces
- 4. Otras consideraciones

Unidad didáctica 8.

Linkbuilding

- 1. Introducción al linkbuilding
- 2. Consideraciones importantes sobre linkbuilding
- 3. Principales técnicas de linkbuilding
- 4. Estrategia de linkbuilding natural

Unidad didáctica 9.

Linkbaiting

- 1. Introducción al linkbaiting
- 2. Marketing de Contenidos
- 3. Storytelling
- 4. Marketing viral

Unidad didáctica 10.

Seo especializado

- 1. SEO local
- 2. Search y social media
- 3. SEO mobile
- 4. SEO internacional
- 5. Auditoría SEO

Unidad didáctica 11.

Auditoría seo paso a paso

- 1. Consideraciones previas y herramientas clave
- 2. Estudio inicial
- 3. Auditoría SEO on Page
- 4. Auditoría SEO off Page
- 5. Informe de seguimiento

Unidad didáctica 12.

Seo para blogs y wordpress

- 1. Blogs
- 2. Cómo hacer un blog en Wordpress
- 3. Plugins para optimizar el SEO en los blogs

Módulo 5.

Sem- google ads

Unidad didáctica 1.

Introducción

- 1. Ventajas de la publicidad online
- 2. ¿Qué es Google Ads?
- 3. Fundamentos de Google Ads
- 4. Crear una cuenta en Google Ads
- 5. Campañas, grupos de anuncios y palabras clave
- 6. Planificador de palabras clave
- 7. Adwords Editor

Unidad didáctica 2.

Publicidad en búsquedas

- 1. Funcionamiento
- 2. Configuración campaña
- 3. Anuncios
- 4. Pujas y presupuestos
- 5. Administración, medición y supervisión de campañas
- 6. Optimización

Unidad didáctica 3.

Publicidad en display

- 1. Introducción
- 2. Configuración campaña
- 3. Anuncios
- 4. Audiencias, segmentación y remarketing
- 5. Medición y optimización

Unidad didáctica 4.

Publicidad para móviles

- 1. Ventajas de la publicidad mobile
- 2. Pujas y segmentación
- 3. Anuncios
- 4. Medición

Unidad didáctica 5.

Publicidad en shopping

- 1. Google Merchant Center
- 2. Campañas de shopping

Unidad didáctica 6.

Técnicas de copywriting aplicadas a campañas con google ads

- 1. Copywriting y Google Ads
- 2. Copyqriting en publicidad de búsquedas
- 3. Copywriting en publicidad display
- 4. Copywriting en publicidad para móviles
- 5. Copywriting en publicidad shopping

Módulo 6.

Estrategia de inbound marketing

Unidad didáctica 1.

Introducción al inbound marketing

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

Unidad didáctica 2.

Fase de atracción

- 1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
- 2. Los blogs Wordpress
- 3. Posicionamiento SEO
- 4. Social Media

Unidad didáctica 3.

Fase de conversión

- 1. Formularios
- 2. Call to action
- 3. Landing Pages

Unidad didáctica 4.

Fase de cierre

- 1. Marketing Relacional
- 2. Gestión de relaciones con los clientes CRM
- 3. Email marketing

Unidad didáctica 5.

Fase de deleite

- 1. Encuestas
- 2. Contenido inteligente
- 3. Monitorización Social

Módulo 7.

Analítica web y big data

Unidad didáctica 1.

¿qué es la analítica web?

- 1. Introducción
- 2. La Analítica Web. Un reto cultural
- 3. ¿Qué puede hacer la analítica web por ti o tu empresa?
- 4. Glosario de Analítica Web

Unidad didáctica 2.

Analítica web básica introducción

- 1. La analítica web en la actualidad
- 2. Definiendo la analítica web
- 3. El salto a la analítica web moderna

Unidad didáctica 3.

Analizar la información cuantitativa

- 1. Identificar los factores críticos
- 2. Otros factores que conviene medir
- 3. Las macro y microconversiones
- 4. Medir el valor económico
- 5. Sitios sin comercio. Valores a medir
- 6. Medición de sitios B2B

Unidad didáctica 4.

Analizar la información cualitativa

- 1. Introducción
- 2. La usabilidad Web
- 3. Pruebas Online y a Distancia
- 4. Las encuestas

Unidad didáctica 5.

Definición de kpis

- 1. Definición de KPIs
- 2. KPI, CSF y metas
- 3. Principales KPIS
- 4. Ejemplos de KPIS
- 5. Supuesto práctico. Cálculo de KPI con Excel

Unidad didáctica 6.

Ci inteligencia competitiva

- 1. Introducción
- 2. Recopilar datos de Inteligencia Competitiva
- 3. Análisis del tráfico de sitios web
- 4. Búsquedas

Unidad didáctica 7.

Analítica web 20 móviles y vídeos

- 1. Introducción
- 2. La nueva web social y como medir datos
- 3. Las aplicaciones
- 4. Analizar el comportamiento desde el móvil
- 5. Analizar el rendimiento de los vídeos

Unidad didáctica 8.

Analítica web 20 redes sociales

- 1. Análisis de Blogs
- 2. Coste y beneficios de escribir en un blog
- 3. Nuestro impacto en Twitter
- 4. Métricas para Twitter

Unidad didáctica 9.

Problemas y soluciones de la analítica web

- 1. La calidad de los datos
- 2. Obtener datos válidos
- 3. ¿En qué basarnos para la toma de decisiones?
- 4. Beneficios de análisis multicanal

Unidad didáctica 10.

Más allá de los datos

- 1. Segmentación en base al comportamiento
- 2. Predicción y minería de datos
- 3. Rumbo a la analítica inteligente

Unidad didáctica 11.
Del big data al linked open data

- 1. Concepto de web semántica
- 2. Linked Data Vs Big Data
- 3. Lenguaje de consulta SPARQL

Módulo 8.
Analítica web: google analytics, google tag manager y looker studio

Unidad didáctica 1.
Analítica web con google analytics

- 1. Introducción a la analítica web
- 2. Funcionamiento Google Analytics
- 3. Introducción e instalación de Google Analytics
- 4. Interfaz
- 5. Métricas y dimensiones
- 6. Informes básicos
- 7. Informes personalizados
- 8. Comportamiento de los usuarios e interpretación de datos

Unidad didáctica 2.
Google analytics 4

- 1. ¿Qué es Google Analytics 4?
- 2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
- 3. Implementación de Google Analytics 4
- 4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
- 5. Los espacios de identidad
- 6. Ventajas de Google Analytics 4
- 7. Desventajas de Google Analytics 4

Unidad didáctica 3.
Recogida de datos

- 1. Planes de medición
- 2. Configuración de las vistas mediante filtros
- 3. Métricas y dimensiones personalizadas
- 4. Seguimiento de eventos

Unidad didáctica 4.

Navegación e interfaz

- 1. Informes de visión general
- 2. informes completos
- 3. Compartir informes
- 4. Configuración paneles de control y accesos directos

Unidad didáctica 5.

Informes

- 1. Informes de Audiencia
- 2. Informes de Adquisición
- 3. Informes de Comportamiento

Unidad didáctica 6.

Campañas y conversiones

- 1. Campañas personalizadas
- 2. Realizar un seguimiento de las campañas con el Creador de URLs
- 3. Configuración y medición de objetivos
- 4. Cómo medir campañas de Google Ads

Unidad didáctica 7.

Google analytics 360

- 1. Analítica avanzada
- 2. Informes sin muestrear
- 3. Google BigQuery Export
- 4. Integraciones

Unidad didáctica 8.

Google tag manager

- 1. Concepto y características
- 2. Gestión de etiquetas
- 3. Activadores y gestión de variables
- 4. Implementación y eventos
- 5. Tracking

Unidad didáctica 9.

Looker studio (google data studio)

- 1. Visualización de datos
- 2. Tipologías de gráficos
- 3. Fuentes de datos
- 4. Integración con Analytics
- 5. Creación de informes

Módulo 9.

Adobe analytics

Unidad didáctica 1.

Introducción a adobe analytics

- 1. ¿Qué es Adobe Analytics?
- 2. ¿Qué podemos hacer con Adobe Analytics?
- 3. Principales diferencias respecto a Google Analytics
- 4. Conceptos Clave
- 5. Implementación de Adobe Analytics

Unidad didáctica 2.

Reportes y analíticas

- 1. Algunas singularidades previas de Adobe Analytics que el analista debe conocer
- 2. Dimensiones comunes
- 3. Métricas comunes
- 4. Segmentación y grupos de informes virtuales
- 5. Informes en tiempo real
- 6. Los canales de marketing
- 7. Importación de informes de Google Analytics a Adobe Analytics

Unidad didáctica 3.

Funcionamiento de adobe analytics

- 1. Analysis Workspace y la integración del Ad Hoc Analysis
- 2. Proyectos
- 3. Componentes
- 4. Visualizaciones
- 5. Paneles
- 6. Curar y compartir proyectos
- 7. Attribution IQ

Unidad didáctica 4.

Reportes

- 1. Introducción al Reports & Analytics
- 2. Tipos de informes
- 3. Personalización de informes
- 4. Report Builder
- 5. Activity Map

Módulo 10.

Customer relationship management

Unidad didáctica 1.

El papel del crm en la empresa

- 1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
- 2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
- 3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
- 4. Estructura de la organización del CRM

Unidad didáctica 2.

La estrategia crm

- 1. Definición de estrategia CRM
- 2. Las fuerzas del cambio
- 3. Orientación al cliente
- 4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
- 5. Elementos de un programa CRM
- 6. Medición y análisis de resultados

Unidad didáctica 3.

El ecrm

- 1. eCRM como expansión de la estrategia CRM
- 2. Social CRM
- 3. Componentes del eCRM
- 4. Implantación del eCRM

Unidad didáctica 4.

Del crm al cem

- 1. Customer Relationship Management vs Customer Experience Management
- 2. La experiencia vista desde la parte interna de la empresa
- 3. La innovación en el CEM
- 4. Procesos colaborativos: Crossuser & Crowdsourcing
- 5. Impacto del CEM en la estrategia empresarial

Unidad didáctica 5.
Beneficios de una estrategia de crm en la empresa

- 1. Lealtad y fidelidad de los clientes
- 2. Reducción del coste por cliente nuevo
- 3. Cross Selling (venta cruzada)
- 4. Up Selling (ventas añadidas)
- 5. Mayor eficiencia y productividad comercial
- 6. Reducción de costes en comunicación
- 7. No existen duplicidades (en procesos y datos)
- 8. Conocimiento del mercado y de nuestro target

Unidad didáctica 6.
Beneficios de una estrategia crm para el cliente

- 1. La empresa conoce las necesidades del cliente
- 2. Aumento en la satisfacción del cliente
- 3. Trato personalizado con el cliente
- 4. Cliente único en la base de datos
- 5. Mejora del servicio prestado al cliente

Unidad didáctica 7.
Áreas principales del crm

- 1. Servicio al cliente
- 2. La estructura del Call Center
- 3. Tipos de Call Center
- 4. La función del CRM para el Call Center
- 5. El sistema de automatización de ventas

Módulo 11.
Proyecto fin de máster

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Comunidad

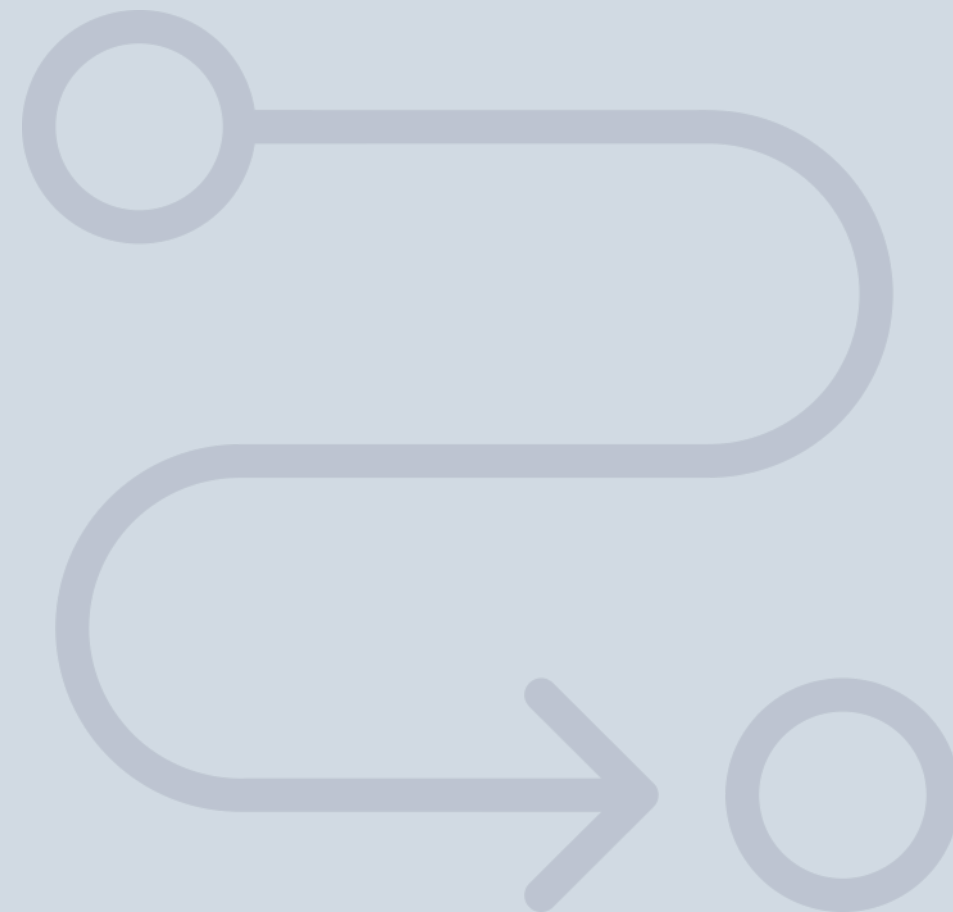
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a
nuestros alumnos
facilidades
económicas y
financieras para la
realización del pago
de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

**Beca
desempleo**

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

**Beca
emprende**

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

**Beca
alumnos**

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Masters Profesionales

Master en Marketing Digital y Analítica Web

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.