



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Master in Branded Content, Inbound Marketing and Digital Marketing +
Titulación Universitaria**





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

19

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

20% Beca
PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master in Branded Content, Inbound Marketing and Digital Marketing + Titulación Universitaria



DURACIÓN
710 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
4 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master in Branded Content, Inbound Marketing and Digital Marketing con 600 horas expedida por Euroinnova Business School y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales - Titulación Universitaria en Inbound Marketing con 4 Créditos Universitarios ECTS con 110 horas

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

A quién va dirigido

El Master in Branded Content, Inbound Marketing and Digital Marketing está dirigido a todos aquellos profesionales del entorno del marketing digital que quieran ampliar sus conocimientos, así como a personas que deseen dedicarse profesionalmente a este entorno.

Para qué te prepara

Este Master in Branded Content, Inbound Marketing and Digital Marketing le prepara para conocer a fondo el Marketing online y a realizar las estrategias oportunas sobre branding en medios digitales.

Salidas laborales

Marketing digital / Experto en Inbound marketing / Branding / Redes sociales / Analítica web.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MARKETING MIX EN LAS EMPRESAS DIGITALES

1. Producto
2. Precio
3. Distribución
4. Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS DE INTERNET

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. La respuesta del internauta a los estímulos de marketing
3. Construir una estrategia adaptada 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
2. Análisis de la competencia
3. Análisis de la demanda
4. DAFO, la situación actual
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento, competitiva y de crecimiento
7. Posicionamiento e imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5: INBOUND MARKETING

1. Marketing de Contenidos
2. Planificación de estrategias de generación y cualificación de leads. Hubspot
3. Posicionamiento SEO
4. Usabilidad web
5. Claves en la creación de landing pages
6. Email marketing
7. Branded Content y Transmedia: Storytelling y viralidad

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

8. Video Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES DE LA WEB 2.0 EN 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: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ANALÍTICA WEB Y SEO

1. Introducción al SEO
2. Historia de los motores de búsqueda
3. Componentes de un motor de búsqueda
4. Organización de resultados en un motor de búsqueda
5. La importancia del contenido
6. El concepto de autoridad en Internet
7. Campaña SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

1. Marketing de relaciones
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

PARTE 2. EXPERTO EN BRANDING

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA

1. ¿Qué es una marca?
2. Naturaleza y estructura de la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca: Brand Equity
3. Marcas corporativas y marca producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La marca en el medio online
3. Comunicación visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management - identidad de marca
4. El storytelling
5. Branded content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
8. El packaging
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

PARTE 3. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS DEL MARKETING

1. Introducción
2. La publicidad tradicional ¿un nicho financiero de recursos inútiles?
3. El marketing unidireccional de interrupción
4. Características del Marketing tradicional
5. Relaciones públicas
6. Medios de comunicación tradicionales
7. Notas de prensa
8. Normas antiguas de las relaciones públicas
9. Evitando viejas normas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DIGITAL Y LAS RELACIONES PÚBLICAS ACTUALES

1. Long Tail
2. La importancia del contenido
3. Tendencias del Marketing actual
4. Marketing y relaciones públicas en la Web

Ver en la web



UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CLIENTE: ¿QUÉ NECESITA?

1. Introducción
2. Nuevas técnicas de marketing adecuado ante un mundo nuevo llamado Internet
3. Cobrar importancia en Internet
4. ¿Qué necesita el futuro cliente?
5. Prototipo de comprador
6. Pensar como un editor, para crear contenido de calidad
7. Contenido directo con nuestro objetivo
8. Contenido motivador
9. El contenido posiciona a una empresa como líder de ideas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AUDIENCIA A LA QUE SE DIRIGEN EL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Medios sociales en Internet
3. Buscando empleo por Internet
4. Importancia de un Blog
5. Participación en línea
6. El lugar que ocupa en los foros
7. Wikis

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING ELECTRÓNICO

1. El Marketing tradicional
2. El Marketing electrónico
3. Etapas de implantación del Marketing
 1. - Etapa primera
 2. - Etapa segunda
 3. - Etapa tercera
 4. - Etapa cuarta
4. El mercado
 1. - Analizar el mercado
 2. - Analizar a nuestros clientes
 3. - Fases en la decisión de compra
 4. - Comportamiento del cliente
 5. - Fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN: INTRODUCCIÓN Y HERRAMIENTAS

1. Herramientas de Comunicación de Internet
 1. - Herramienta Mix promocional
 2. - Correo electrónico
 3. - Listas de correo
 4. - Chat y Grupos
 5. - Banner
2. Herramientas de Marketing Mix

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

1. Introducción al Comercio Electrónico
2. Usos del comercio electrónico
3. Participantes que intervienen en el comercio online
4. Categorías del comercio electrónico
 1. - B2B: Business To Business (Comercio electrónico entre empresas)
 2. - B2C: Business To Costumer (Comercio electrónico entre la empresa y el consumidor)

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Ventajas del comercio electrónico
 1. - Ventajas en empresas
 2. - Ventajas en los consumidores
2. El comercio electrónico y sus inconvenientes

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
 1. - Variables a tener en cuenta en nuestro Social Media
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Creando Social Media Plan
4. Cómo utilizar el Social Media Marketing para aumentar las ventas
5. 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. ROI "Retorno de inversión"
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
 1. - Cómo hacer correctamente un envío de Email
 2. - ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROCESO DE COMPRA INFLUENCIADO POR EL CONTENIDO WEB

1. Introducción
2. Determinar a los compradores
3. Mecanismos principales de su sitio Web dirigidos a los compradores
 1. - Los estilos y medios de comunicación favoritos del comprador
 2. - Exprese una personalidad
 3. - Las fotos e imágenes como medio de Expresión
 4. - Incluir herramientas de contenido interactivo
 5. - Habilitar envío de comentarios
 6. - Facilite un medio para que los clientes se comuniquen entre sí
 7. - Cree contenido que pueda convertirse en viral
4. Dirijase a un nicho específico a través de las fuentes RSS
5. Vincular el contenido al ciclo de ventas directamente
6. Algunas consideraciones más
7. Modelo de marketing de código abierto

PARTE 4. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

1. Introducción al Marketing online

1. - Internet como canal de comunicación
 2. - Conceptualización del marketing online
 3. - Comparativa frente al marketing tradicional
 4. - Características del marketing online
2. Fundamentos del marketing online
 3. Implementar la estrategia de marketing online
 4. Niveles de acercamiento al marketing online
 5. Modelos de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB

1. Elementos del entorno web: sitio y páginas
2. HTML: el lenguaje web
3. Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
4. Plataformas más comunes
5. Conceptos sobre servidores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción al comercio electrónico
2. Tipos de comercio electrónico
 1. - B2C
 2. - B2B
 3. - Otros
3. Objetivos y estrategias
4. Venta de productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB

1. Introducción al posicionamiento Web
2. ¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
3. Posicionamiento natural y posicionamiento patrocinado
4. Palabras más buscadas
 1. - Formas de búsqueda del usuario
 2. - Sitios o palabras a la hora de posicionar
 3. - Etapas de recolección de palabras clave
 4. - Herramientas para las palabras clave
 5. - Escogiendo las palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

1. Motores de búsqueda
 1. - Tipos de motores de búsqueda
 2. - Funcionamiento de los buscadores
 3. - Principales buscadores del mundo
2. Introducción al posicionamiento SEO
3. Funciones del posicionamiento SEO
 1. - Funciones del SEO Manager
4. Herramientas SEO

5. Planificación de una estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

1. Técnicas SEO on-page
 1. - Estructura del Sitio web
 2. - Landing Page
 3. - Maquetación en HTML5
 4. - Maquetación en CSS3
 5. - Creación de metas
 6. - Modificación en código
 7. - Creación de URL friendlys dinámicas
 8. - Vínculos internos y externos
 9. - Densidad de palabras
2. Técnicas SEO off-page
 1. - Link Baiting
 2. - Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)
 3. - Creación de enlaces en Redes Sociales
 4. - Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
3. Técnicas SEO avanzadas
 1. - La semántica y el Social Media como protagonistas
 2. - Rich Snippets
 3. - Microdatos y microformatos
 4. - Schema, RDFa y Open Graph

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)

1. Introducción a la publicidad en buscadores
2. Conceptos clave
3. Inversión en anuncios publicitarios
 1. - Ubicación de los anuncios
 2. - Creación del anuncio
 3. - Número uno en el ranking
4. Principales plataformas del marketing en buscadores
5. Google AdWords
 1. - Iniciar cuenta en Google AdWords
 2. - Creación de campañas para el buscador Google
6. Bing Ads
 1. - Iniciar sesión en Bing Ads
 2. - Crear una campaña nueva en Bing Ads
7. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS

1. KeyWords Hunting: selección de palabras clave
 1. - Claves de la elección de palabras clave
 2. - Nivel de competencia de cada palabra clave
 3. - KeyWords: Long Tail
 4. - KeyWords: genéricas

2. Herramientas de búsqueda de palabras clave
 1. - Google Keyword Planner
 2. - Google Trends
 3. - Google Suggest
 4. - SEMrush
 5. - SISTRIX

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1. Inbound Marketing
2. Introducción al Marketing de Contenidos
3. Redacción de contenido en Internet orientado a SEO
4. Estructura del contenido
5. Técnicas para generar contenido
6. Marketing de contenido visual
7. Marketing de Contenidos para mejorar la imagen de marca

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. Introducción al Plan Social Media
2. Principales plataformas Social Media en España
3. Profesionales de las redes sociales
 1. - Community Manager
 2. - Record Manager
 3. - Social Media Planner
 4. - Social Media Marketing (SMM)
 5. - Social Media Optimization (SMO)
4. Factores a medir en Social Media para conocer la eficacia
5. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
6. Cómo crear un Social Media Plan para el Negocio
7. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

PARTE 5. ANALÍTICA WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB Y SEO

1. Introducción al SEO
2. Historia de los motores de búsqueda
3. Componentes de un motor de búsqueda
4. Organización de resultados en un motor de búsqueda

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

5. La importancia del contenido
6. El concepto de autoridad en Internet
7. Campaña SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA WEB Y SEM

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos en SEM
3. Sistema de pujas y Calidad del anuncio
4. Creación de una campaña
5. Creación de anuncios con calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS Y MÉTRICA WEB

1. Conceptos básicos
2. Métricas
3. Visitas
4. Visitantes
5. Páginas
6. Promedio de tiempo en una página web
7. Promedio de tiempo en un sitio web
8. Tasa de rebote
9. Tasa de salida
10. Tasa de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN DE SITIOS WEB

1. Usabilidad
2. Mapas de calor
3. Grabaciones de sesiones de usuario
4. Ordenación de tarjetas
5. Test A/B
6. Test multivariante
7. KPI, indicadores clave de rendimiento
8. Cambios a realizar para optimizar una página web

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OPTIMIZACIÓN DEL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

1. Optimización del posicionamiento en buscadores
2. Factores que influyen en el posicionamiento orgánico
3. Factores que influyen negativamente en el posicionamiento orgánico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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

[Ver en la web](#)



6. Blogs
7. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIÓN WEB PARA MÓVILES

1. Contenidos optimizados para móviles
2. Aplicación web para móviles
3. Social Media Mobile
4. Marketing móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA WEB

1. Listado de herramientas
2. Herramientas de analítica web
3. Herramientas de análisis de logs
4. Herramientas de medición mediante tags
5. Herramientas para medir el rendimiento de nuestro sitio web
6. Herramientas para recoger información de diseño o usabilidad web
7. Herramientas que analizan nuestra actividad en redes sociales
8. Herramientas de inteligencia competitiva

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group