



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



inesem
business school

**Máster en Digital Traffic Management: SEO, SEM, Display y Social Media + 5
Créditos ECTS**





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
INESEM

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 INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Más de un

90%

tasa de
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



Leaders driving change
Elige Inesem



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

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



[Ver en la web](#)

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales



Relaciones internacionales



Accreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Inesem 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 INESEM

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 Inesem.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem 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

Inesem 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

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. 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



[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 más...



Protección al Comprador

[Ver en la web](#)

Máster en Digital Traffic Management: SEO, SEM, Display y Social Media + 5 Créditos ECTS



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



**CREDITOS
5 ECTS**

Titulación

Doble titulación:

- Título Propio Master en Digital Traffic Management: SEO, SEM, Display y Social Media expedido 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."

[Ver en la web](#)



INESEM BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

NOMBRE DEL CURSO

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Inesem Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A
Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER
La Dirección Académica



Con Estatuto Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (RD 1008/2005)

- Título Propio Universitario en Traffic Digital expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS
- Título Propio Universitario en Marketing Digital expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS



Ver en la web



Descripción

La adaptación de nuestra empresa al entorno digital no termina cuando creamos la web o las Redes Sociales. Es entonces, cuando debemos empezar a realizar una gestión de todas estas herramientas para poder generar tráfico y dar a conocer nuestro producto o servicio. Tener conocimiento sobre el tráfico orgánico y de pago, la gestión de Redes Sociales y estrategias de Marketing es lo que nos va a llevar a tener una empresa competitiva en este sector. Gracias al Máster en Digital Traffic Management SEO, SEM, Display y Social Media podrás realizar todas estas acciones tú mismo, convirtiéndote en un experto del tema, pudiendo adaptarte así a las necesidades actuales demandadas en el entorno digital.

Objetivos

- Conocer el concepto y el entorno del Marketing Digital
- Conocer qué es y las técnicas de optimización del SEO
- Saber qué es el SEM y realizar campañas en Google Ads
- Realizar y gestionar estrategias de Inbound Marketing
- Conocer qué es una campaña programática
- Saber que es el prospecting y el retargeting

A quién va dirigido

El Máster en Digital Traffic Management SEO, SEM, Display y Social Media va dirigido a aquellas personas interesadas en gestionar y optimizar su negocio online, pudiendo realizar acciones para mejora tanto el tráfico orgánico como el de pago. Este Máster te prepara también para la gestión de Redes Sociales y la realización de campañas en éstas.

Para qué te prepara

El Máster en Digital Traffic Management SEO, SEM, Display y Social Media te prepara para la gestión integral del Marketing Digital de una empresa. Desde las campañas en Google Ads o en Redes Sociales, hasta la gestión y optimización del tráfico orgánico de tu página web. Gracias a los conocimientos adquiridos en el Máster, podrás atraer tráfico de calidad a tu página web y generar conversiones, creando las bases de un negocio sólido y seguro.

[Ver en la web](#)

Salidas laborales

Desarrolla tu carrera laboral como Community Manager, en el departamento de Marketing de cualquier empresa, gestionando un blog o el posicionamiento orgánico, o realizando campañas en Google Ads. Gracias a los conocimientos adquiridos, estarás preparado para gestionar campañas programáticas y analizar los resultados obtenidos, una de las últimas tendencias en publicidad digital.

[Ver en la web](#)

TEMARIO

MÓDULO 1. TRAFFIC DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL TRAFFIC DIGITAL

1. Introducción al traffic digital
2. ¿Qué es Traffic Digital?
3. ¿Cuáles son las ventajas y oportunidades del Traffic Digital?
4. Tráfico en Marketing y tipos
5. Funciones y características del Traffic Digital
6. Herramientas fundamentales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEO ONPAGE

1. Introducción al SEO on page
2. ¿En qué consiste el SEO On Page?
3. Keyword Research
4. Herramientas
5. Arquitectura del Sitio Web
6. Análisis de los Metadatos- Screaming Frog
7. Usabilidad y Experiencia de Usuario- UX
8. Auditoría On Page

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEO OFFPAGE: ENLACES

1. Introducción al Seo offpage
2. Backlinks
3. Consideraciones de los enlaces
4. Análisis de enlaces

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE SEARCH CONSOLE Y RANKBRAIN

1. Introducción a Google search console y rankbrain
2. ¿Por qué un Traffic Digital debe utilizar Google Search Console?
3. Herramientas Principales de Google Search Console
4. Rankbrain de Google y su importancia en el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SEO LOCAL

1. Introducción al SEO Local
2. ¿Qué es el SEO Local?
3. Estrategia de SEO Local
4. Google My Business

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEO Y COPYWRITING

1. Introducción al SEO y copywriting

[Ver en la web](#)

2. SEO Copywriting
3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywriting

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO EN AMAZON

1. Introducción al posicionamiento en Amazon
2. Factores de posicionamiento de Amazon
3. Consejos para mejorar tu posicionamiento en Amazon

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD EN SOCIAL MEDIA: FACEBOOK ADS E INSTAGRAM ADS

1. Publicidad en social media
2. Facebook Ads
3. Instagram Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GOOGLE ADS

1. Google Adwords
2. ¿Cómo funciona Google Ads?
3. Tipos de publicidad en Google Ads
4. Configuración de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MEDICIÓN Y OPTIMIZACIÓN: GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a Google Analytics
2. ¿Cómo funciona Google Analytics?
3. Informes Google Analytics
4. Campañas personalizadas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GROWTH HACKING Y EMBUDOS DE CONVERSIÓN

1. Growth Hacking
2. Embudos de conversión

MÓDULO 2. 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. 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 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

[Ver en la web](#)

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

MÓDULO 3. SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

1. Introducción al SEO/SMO
2. Principales características de Google
3. Algoritmos de Google
4. ¿Cómo funciona Google?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REALIZANDO BÚSQUEDAS EN INTERNET

1. ¿Cómo se busca en internet?
2. Conceptos básicos
3. Búsqueda universal
4. Palabras resumidas o extensas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PÁGINA DE RESULTADOS DEL BUSCADOR "SERP"

1. ¿Qué son las SERP?
2. Funcionamiento e las SERP
3. Primeros resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORIENTANDO NUESTRO SITIO AL OBJETIVO

1. ¿Cual es nuestro objetivo?
2. ¿Quién es nuestro público objetivo?
3. Competencia
4. Mejorar nuestro producto con respecto a la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PALABRAS CLAVE

1. ¿Qué son las palabras clave?
2. Definiendo las palabras clave
3. Creando palabras clave
4. Monitorizando resultado de palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 6. OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB

1. ¿Para qué necesitamos optimizar?
2. Introducción a la optimización del contenido
3. Crear etiquetas META
4. Añadiendo las palabras clave en el contenido
5. Estructurados de los datos
6. Optimización de elementos multimedia "Imágenes y Vídeos"

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INDEXACIÓN: INTRODUCCIÓN Y OPTIMIZACIÓN

1. Introducción a la indexación
2. Mejorando la estructura del sitio web
3. Optimizar web para GoogleBot
4. Optimización para móviles
5. ¿Cómo indexar el sitio web?
6. Otros tipos de indexación
7. Spamdexing

UNIDAD DIDÁCTICA 8. (SMO) OPTIMIZACIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES

1. ¿Qué es el SMO?
2. Web social

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MONITORIZACIÓN

1. Supervisando la indexación
2. Monitorizando la popularidad
3. Audiencia de su sitio web

UNIDAD DIDÁCTICA 10. WEBMASTERS: HERRAMIENTAS

1. Google Webmaster Tools (GWT) y Google Analytics
2. WebmasterTool Bing
3. Herramientas para redes sociales

MÓDULO 4. SEM

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

MÓDULO 5. GOOGLE ADS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

1. Características de Google Ads
2. Introducción
3. Las páginas de búsqueda
4. Las páginas de contenido
5. Funcionamiento de Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN CON GOOGLE ADS

1. Cuentas en Ads
2. Interfaz de Ads
3. Campañas en Ads
4. Mi centro de clientes (MCC)

5. Búsqueda de información y ayuda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONCEPTOS AVANZADOS

1. Posicionamiento de los anuncios
2. El funcionamiento de las palabras clave
3. Tipos de anuncios
4. Grupos de anuncios
5. Estados de los anuncios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS CONVERSIONES Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN

1. Definición de conversiones
2. Características y funcionamiento
3. Las búsquedas
4. ¿Qué es Google Analytics?
5. Características Analytics y relación con Ads
6. La mejora de conversiones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEJORA DE POSICIONAMIENTO

1. Mejora con palabras clave
2. Mejora con anuncios
3. Mejora con la medición de los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD DEL CONTENIDO

1. La Red Display
2. Orientación en la red
3. Métodos de compra
4. Ayuda
5. ¿Qué es el remarketing?
6. Las pujas
7. Estrategias de pujas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EDITOR Y FINALIZACIÓN DEL CURSO

1. Características
2. Funciones
3. Fin del curso

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

6. Importancia del funnel o embudo de conversión

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. Introducción
2. Formularios
3. Call to action
4. Landing Pages
5. Pruebas A/B
6. Optimización de la tasa de conversión (CRO)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE

1. Introducción
2. Encuestas
3. Contenido inteligente
4. Monitorización Social

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CASOS DE ÉXITO

1. Coca- Cola
2. Google
3. Starbuck
4. Converse
5. Apple

MÓDULO 7. LA PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PUBLICIDAD DIGITAL

1. La Publicidad Digital
2. Formatos de Publicidad Digital
3. Importancia del Posicionamiento Web en la Publicidad Digital
4. Programas Publicitarios
5. Ventajas de la Publicidad Digital
6. Desventajas de la Publicidad Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA

1. Publicidad Programática
2. Relación entre la Publicidad Programática y el Real-Time Bidding
3. Funciones de la Publicidad Programática
4. Desafíos de la Publicidad Programática
5. Términos Relacionados con la Publicidad Programática
6. Ventajas de la Publicidad Programática
7. Desventajas de la Publicidad Programática

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLISHERS & ADVERTISERS

1. Publishers & Advertisers
2. El papel de los Editores en la Publicidad Programática
3. La Función de los Anunciantes en la Publicidad Programática
4. Novedades para editores y anunciantes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS AGENCIAS DE MEDIOS

1. Las Agencias de Medios
2. Tipos de Agencias de Medios
3. Estructura de las Agencias de Medios y Adaptación Organizativa a los Nuevos Servicios
4. Funciones de las Agencias de Medios
5. Las Principales Agencias de Medios
6. Ventajas de las Agencias de Medios
7. Desventajas de las Agencias de Medios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA DE DATA

1. Definición de la Estrategia de Data
2. Procesos de la Estrategia de Data
3. Pasos para Implementar una Estrategia de Data en la Empresa
4. La Importancia del Big Data y el Linked Open Data en la Publicidad Programática
5. Tipos de Data
6. Ventajas de la Estrategia de Data
7. Inconvenientes de la Estrategia de Data

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS AD EXCHANGES

1. Concepto de los Ad Exchanges
2. Funcionamiento de los Ad Exchanges
3. Diferencias entre un Ad Network y un Ad Exchange
4. Ad Exchanges, SSP y DSP
5. Ventajas de los Ad Exchanges
6. Transacciones Realizables con los Ad Exchanges

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BRAND SAFETY, VIEWABILITY, FRAUD

1. Brand Safety
2. Viewability

3. Beneficios de la Viewability
4. Fraud

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS MODELOS DE ATRIBUCIÓN

1. Concepto de Modelos de Atribución
2. Diferencias entre los Modelos de Atribución en Google Ads y Google Analytics
3. Tipos de Modelos de Atribución
4. Ventajas de los Modelos de Atribución

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA ESTRATEGIA DE VENTA: SSP

1. Concepto de SSP
2. Funcionamiento de las SSP
3. Objetivos de las SSP
4. Maneras de Ofrecer el Inventario con los Soportes SSP
5. Diferencias entre las Plataformas de Monetización y las SSP
6. Ventajas de las SSP
7. Cómo impacta la SSP a la Licitación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA ESTRATEGIA DE COMPRA: DSPS

1. Definición de DSPs
2. Los Principales Tipos de DSPs
3. Ventajas de los DSPs
4. Trading Desk
5. Ventajas de los Trading Desk

MÓDULO 8. CAMPAÑA PROGRAMÁTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROSPECTING

1. ¿Qué es Prospecting?
2. ¿Cómo puedo determinar mi público objetivo?
3. Implementación de la estrategia prospecting
4. Beneficios del prospecting
5. Embudo de ventas
6. Herramientas donde trabajar el prospecting

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RETARGETING

1. Qué es el retargeting o remarketing
2. Ventajas y desventajas del retargeting
3. Estrategias y anuncios de retargeting
4. Listas de retargeting o remarketing
5. Retargeting basado en píxeles
6. Search Retargeting o Pretargeting

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA PLANIFICACIÓN

1. Planificación
2. ¿Qué debemos saber sobre las listas de retargeting?
3. Remarketing con Google Ads
4. Cómo crear una lista de retargeting con Google Ads
5. La protección de datos
6. FLoC: la alternativa de Google a las cookies

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL STACK TECNOLÓGICO

1. Definición de Stack Tecnológico
2. Stacks tecnológicos efectivos para la transformación digital de tu negocio
3. Diferencias entre MERN, MEAN y FULL Stack
4. Marketing Tech Stacks
5. ¿Qué herramientas podemos incluir en el Marketing Technology Stack?
6. Cómo elegir un stack tecnológico
7. Elegir Stack en función del proyecto
8. Conoce la infraestructura tecnológica de las grandes empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS NUEVAS TENDENCIAS EN COMPRA PROGRAMÁTICA

1. Servicios Over-The-Top
2. CTV o Televisión Conectada
3. Smartphones y Tablets
4. Programática en formato audio y voz
5. El marketing por voz
6. Soluciones de Publicidad de Audio: Targetspot
7. Inteligencia artificial (IA) en publicidad programática
8. El futuro de la Inteligencia Artificial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA EN GOOGLE

1. Objetivos de la publicidad en Google Ads
2. Tipos de campañas en Google Ads
3. Estrategia de puja inteligente con machine learning
4. Deep Learning

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA EN XANDR

1. ¿Qué es Xandr?
2. ¿Por qué confiar en Xandr?
3. Adstory
4. Campañas
5. ¿Un futuro sin Cookies?

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTUDIO DE CAMPAÑAS DE ÉXITO

1. MediaMarkt
2. Mondelez España
3. Nike Phenomenal Shot
4. Campañas de compra programática DOOH

5. Ventajas de la compra programática DOOH
6. Mejores campañas DOOH
7. El futuro del DOOH Marketing

MÓDULO 9. PROYECTO FIN DE MÁSTER

[Ver en la web](#)

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

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

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

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

