



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



inesem
business school

Máster en eCommerce y Turismo





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 eCommerce y Turismo



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

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."

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 XXXXXXXX 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 XXXXXXXXXXXXXXXX.
 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 ÁREA MANAGER
La Dirección Académica

ISO 9001 ISO 27001 IQNET

Con Solicitud Consultiva, Categoría Especial de Consejo Económico y Social de la UNESCO (Núm. Resolución 40/6)

Descripción

El comercio electrónico un elemento que no puede faltar nunca en nuestro negocio. La adaptación a la era digital es, sin duda, algo imprescindible en nuestra empresa para poder competir con las marcas del sector. Aprende qué es el comercio electrónico, cómo crear contenido de calidad en tu web para posicionarla correctamente, cómo publicitarte en los principales buscadores y analizar los resultados

Ver en la web

de tus acciones. También aprenderás a crear tu espacio web con WordPress y Prestashop, de esta forma podrás poner en marcha tu modelo de negocio sin problemas una vez hayas concluido. El Máster en eCommerce y Turismo también te ofrece conocimientos sobre la creación de empresas, desde el análisis de oportunidades en el sector hasta el análisis de rentabilidad y viabilidad del negocio.

Objetivos

- Conocer el entorno eCommerce para rentabilizar productos o servicios
- Aprender a crear contenido optimizado para los buscadores (SEO)
- Realizar campañas publicitarias en internet y analizar los datos obtenidos
- Aprender a crear una empresa analizando las oportunidades del sector basándose en un plan de negocio
- Crear una página web con Wordpress y Prestashop

A quién va dirigido

El Máster en eCommerce y Turismo está dirigido a las personas que están interesadas en crear un negocio enfocado al Turismo con presencia online. Crea tu web desde cero, posicónala en Google, crea anuncios en las principales plataformas segmentando tu público, aprende sobre Inbound Marketing, creación de empresas y analítica web y Big Data.

Para qué te prepara

El Máster en eCommerce y Turismo te prepara para crear tu empresa desde cero adaptada al mercado digital. Tras finalizar el programa el alumnado será capaz de identificar su público objetivo y optimizar su negocio y su web para enfocar las acciones de captación de clientes y obtener el máximo de conversiones posibles y también para aplicar técnicas de gestión para el negocio turístico a través de marketing turístico y revenue management.

Salidas laborales

Con este Máster en eCommerce y Turismo saldrás preparado para afrontar responsabilidades en los departamentos de planificación y gestión de ventas, marketing, revenue management, negociación o transporte en empresas turísticas y también en cualquier otro tipo de empresas relacionadas así como para las posiciones de gerente, asesor y consultor empresarial o jefe de compras.

[Ver en la web](#)

TEMARIO

MÓDULO 1. E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES PLATAFORMAS

1. Principales plataformas
2. Gestión estratégica
3. Plataformas del código abierto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO

1. Introducción al Diseño Web
2. Accesibilidad
3. Usabilidad
4. Responsive Design
5. Home
6. Categorías
7. Fichas de Producto
8. Carrito de la compra y checkout
9. Principales herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PASARELAS DE PAGO

1. Confianza, privacidad y seguridad
2. Principales formas de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARCO LEGAL

1. Ley de Ordenación del Comercio Minorista
2. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
3. Reglamento General de Protección de Datos
4. Ley de Consumidores
5. SmartContracts

MÓDULO 2. SEO ON PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. KEYWORD RESEARCH

1. Introducción

[Ver en la web](#)

2. Tipo de Keywords
3. SEMrush
4. Sistrix
5. LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6. Herramientas gratuitas
7. Extensiones para Chrome

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB

1. Estructura de una web
2. Optimización de Etiquetas Meta: Screaming Frog SEO Spider
3. Enlazado interno
4. Sitemap.xml
5. Archivo Robot.txt
6. Optimización multimedia
7. Accelerated Mobile Pages- AMP
8. Google Search Console
9. SEO en HTML, CSS y Java Script
10. Extensiones para Chrome
11. Migraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LOS METADATOS- SCREAMING FROG

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 4. USABILIDAD Y EXPERIENCIA DE USUARIO- UX

1. Introducción
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI's
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX
7. Orientaciones de diseño web y dispositivos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. AUDITORIA ON PAGE

1. Auditoria de indexabilidad
2. Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3. Monitorización de marca
4. Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5. Códigos de estado y Protocolo

6. Análisis Log
7. Análisis de la taxonomía web

MÓDULO 3. SEO OFF PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO

1. Backlinks y linkjuice
2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Nofollow vs. dofollow
4. Análisis de enlaces: SEMrush, Ahrefs y Screaming Frog

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LINKBUILDING

1. Características fundamentales de Linkbuilding
2. Tipos de enlaces
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding orgánico
5. Linkbuilding con Ahrefs
6. Autorización y desautorización de enlaces con Search Console

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKBAITING

1. Introducción al linkbaiting
2. Directorios
3. Blog, foros y redes sociales
4. Storytelling
5. Marketing viral

MÓDULO 4. SEO ESPECIALIZADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESCENARIOS SEO

1. SEO local
2. SEO internacional
3. SEO para apps: ASO
4. SEO para Amazon Marketplace
5. SEO en Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A WORDPRESS

1. Compra de dominio y contratación de hosting
2. Instalación de Wordpress
3. Configuraciones iniciales
4. Themes
5. Personalización de Wordpress
6. Creación de Posts y Páginas
7. Gestión comentarios
8. Biblioteca Multimedia
9. Gestión de usuarios y roles

10. Herramientas útiles

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEO PARA WORDPRESS

1. Instalación y configuración inicial
2. Los títulos y las metaetiquetas
3. Estrategia social
4. Sitemaps
5. Permalinks
6. Las rutas de exploración
7. Modificación de RSS
8. Bulk Editor de títulos y descripciones
9. Editor de archivos
10. Aplicación SEO en posts y páginas

MÓDULO 5. 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 BB

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

[Ver en la web](#)

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 2.0. 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 2.0. 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 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

MÓDULO 7. 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 8. CREACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1. Evaluación del potencial emprendedor
2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa
3. Empoderamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE EMPRESA

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
3. Análisis del entorno de la empresa
4. Análisis de decisiones previas
5. Plan de acción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EMPRESAS

1. Planificación y marketing
2. Determinación de la cartera de productos
3. Gestión estratégica de precios
4. Canales de comercialización
5. Comunicación e imagen de negocio

6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EMPRESAS

1. Características y funciones de los presupuestos
2. El presupuesto financiero
3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales
6. Memoria
7. Ejercicio Resuelto. Cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio Neto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN UNA EMPRESA

1. Componentes básicos de una empresa: Recursos Materiales y Humanos
2. Sistemas: planificación, organización, información y control
3. Recursos económicos propios y ajenos
4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa
5. La estructura organizativa de la empresa
6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa
7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
8. Control de gestión de la empresa
9. Identificación de áreas críticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O EMPRESA

1. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
2. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa
3. Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR
4. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero
5. Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE UNA EMPRESA

1. Clasificación de las empresas
2. Tipos de sociedades mercantiles más comunes en empresas
3. La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social
4. La elección de la forma jurídica de la empresa
5. Ejercicio Resuelto: Obligaciones contables y fiscales de las Empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio
2. Previsión y planificación económica
3. La búsqueda de financiación
4. Presentación del plan de negocio y sus fases
5. Instrumentos de edición y presentación de la información
6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros

7. Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UNA EMPRESA

1. Trámites de constitución según la forma jurídica
2. La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores
3. Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas
4. Los registros de propiedad y sus funciones
5. Los seguros de responsabilidad civil en empresas
6. Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE

MÓDULO 9. GESTORES DE CONTENIDO CMS: WORDPRESS Y PRESTASHOP

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. Gestores de Contenido

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS BÁSICOS DE WORDPRESS

1. Definición y conceptos de un blog
2. Definición y utilización de Wordpress
3. WordPresscom y WordPressorg: Similitudes y diferencias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. UTILIZACIÓN DE WORDPRESS.COM

1. Primeros pasos
2. Estructura de WordPresscom
3. Creación de contenidos
4. Subida de medios audiovisuales a un post
5. Utilización de enlaces
6. Diseño, elaboración y estructura
7. Configuración de ajustes y usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLATAFORMA WORDPRESS.ORG

1. Instalación de WordPressorg
2. Servidor de WordPressorg
3. Creación de espacios web
4. Creación y diseño de bases de datos
5. Descarga y utilización de WordPressorg
6. Configuración del servidor FTP
7. Instalación de WordPressorg

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONFIGURACIÓN DE WORDPRESS.ORG

1. Ajustes de configuración general
2. Ajustes de configuración de escritura
3. Ajustes de configuración de lectura
4. Ajustes de configuración de contenidos

5. Ajustes de configuración multimedia
6. Ajustes de configuración de privacidad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN Y AGREGACIÓN DE CONTENIDOS I

1. Agregación de entradas I
2. Agregación de entradas II
3. Utilización de multimedia en la entrada I
4. Utilización de multimedia en la entrada II
5. Configuración del menú multimedia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CREACIÓN Y AGREGACIÓN DE CONTENIDOS II

1. Clasificación del contenido en categorías
2. Utilización de etiquetas
3. Utilización de enlaces
4. Utilización de comentarios
5. Configuración de páginas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FUNCIONES AVANZADAS

1. Revisión del contenido y utilización de papeleras
2. Herramientas avanzadas I
3. Herramientas avanzadas II
4. Tipos de usuarios
5. Configuración de los perfiles de usuario
6. Creación de avatares

UNIDAD DIDÁCTICA 9. UTILIZACIÓN DE PLANTILLAS

1. Instalación y utilización de Temas I
2. Instalación y utilización de Temas II
3. Utilización de los menús
4. Configuración del fondo y las cabeceras
5. Definición y aplicación de los widgets
6. Edición y estructura de plantillas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. UTILIZACIÓN DE PLUGINS

1. Introducción a los plugins
2. Instalación
3. Tipos de plugins
4. Conceptos básicos sobre el plugin sociable
5. Introducción al plugin Flash Gallery

UNIDAD DIDÁCTICA 11. OPTIMIZACIÓN DE WORDPRESS

1. Conceptos básicos
2. Selección de una URL y un título para el blog
3. Elaboración y navegación del mapa Web

4. Control de contenidos duplicados
5. Optimización de recursos gráficos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL CON PRESTASHOP.

1. Introducción a la tienda virtual
2. Tipo de nombres de dominio Como elegir un nombre
3. Tipos de Hosting Web Como elegir un Hosting
4. Contratación de Dominios y Hosting web
5. Instalación de Prestashop
6. Personalización del aspecto de Prestashop mediante plantillas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL I

1. Introducción al comercio virtual
2. Configuración General
3. Categorías / Productos
4. Módulos de pago
5. Módulos de envío
6. Clientes y Pedidos
7. Configuración de los usuarios
8. Copias de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL II

1. Atributos de productos
2. Grupo de precios
3. Impuestos IVA
4. Idiomas y traducciones
5. Monedas
6. Operaciones con módulos
7. Importar datos de productos
8. Actualización de la versión

UNIDAD DIDÁCTICA 15. CÓMO CONSEGUIR MÁS CLIENTES

1. Exponer adecuadamente los productos en la tienda virtual
2. Posicionamiento en Google y optimización SEO
3. Pago por clic Google Adword
4. Promoción en redes sociales
5. Analizar la rentabilidad de las acciones de marketing

MÓDULO 10. MARKETING EN EMPRESAS TURÍSTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado turístico
3. Política de mercado
4. El producto turístico

5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de marketing
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
5. El plan de promoción de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING Y VENTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico
3. Distribución del producto turístico
4. Imagen y publicidad
5. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1. Introducción
2. Formas del marketing online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 11. REVENUE MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores

6. Amenaza de entrada de nuevos competidores
7. Amenaza de productos sustitutos
8. Poder de negociación de los clientes
9. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

1. El concepto de revenue management
2. El revenue manager en el organigrama de la empresa
3. Los ratios
4. Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

1. Planteamiento estratégico
2. Análisis y gestión del valor de los clientes
3. El calendario de demanda
4. Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

1. Medición de la eficacia del revenue management
2. Gestión de costes y precio
3. Criterios de distribución de costes
4. El pricing: fijación estratégica de precios
5. Aplicaciones informáticas del Revenue Management
6. Medición de la eficacia del revenue management
7. Gestión de costes y precio
8. Criterios de distribución de costes
9. El pricing: fijación estratégica de precios
10. Aplicaciones informáticas del Revenue Management

MÓDULO 12. PROYECTO FIN DE MÁSTER

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

