

INENKA

BUSINESS SCHOOL

MÁSTER EN GROWTH HACKING, SEO Y REPUTACIÓN

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS Y PRÁCTICAS GARANTIZADAS

INA023

www.escuelainenka.com



Certificación universitaria internacional:



Escuela asociada a:



Reconocimiento de calidad:





DESTINATARIOS

El **Máster en SEO, Reputación Online y Growth Hacking** se dirige a todas aquellas personas interesadas en ampliar sus conocimientos en posicionamiento web y en estrategias de reputación de marca en entornos digitales. A lo largo del Máster, el alumno conocerá todos los conceptos relacionados con el Growth Hacking, una tendencia del marketing especializada en usar la creatividad y las métricas web para conseguir más exposición de marca. Por otro lado, como futuro experto en SEO y reputación, el estudiante deberá aprender qué aspectos se tratan en estas disciplinas y cómo se pueden ajustar según cada marca y caso. Así, estudiará cómo crear un plan de posicionamiento web orgánico (SEO) y conocerá cómo establecer objetivos y alcanzarlos satisfactoriamente. Finalmente, el alumno se capacitará para convertirse en un community manager eficaz, capaz de cuidar la reputación de la marca y las comunidades digitales de la empresa.



MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

Ambas modalidades incluyen **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h, reconocidas con 60 ECTS.



IMPORTE

Importe Original: 3600€

Importe Actual: 1800€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN GROWTH HACKING, SEO Y REPUTACIÓN", de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

INENKA BUSINESS SCHOOL desde noviembre de 2016, y siguiendo su apuesta por la calidad, ha sido reconocida con el sello ICEEX de la excelencia y la calidad de la formación.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



CONTENIDO FORMATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GROWTH HACKING

1. Introducción al Growth Hacking
2. Embudo (Funnel)
3. Test A/B
4. Herramientas básicas para un Growth Hacker

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POSICIONAMIENTO WEB

1. Introducción
2. ¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
3. Posicionamiento natural o patrocinado
4. Palabras más buscadas
5. Posicionamiento y marketing Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO PATROCINADO

1. Aspectos del posicionamiento publicitario
2. Comprar un anuncio
3. Ubicación de los anuncios
4. Creación del anuncio
5. Conjuntos de palabras clave
6. ¿Número uno en el ranking?
7. Pagina de aterrizaje
8. Supervisar los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUNDAMENTOS SEO. TEORÍA NECESARIA

1. Introducción
2. Seccionando a sus visitantes
3. ¿Qué buscan sus visitantes en Internet?
4. ¿Cuándo hacemos SEO?
5. En qué se basa el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMENZANDO EL TRABAJO SEO

1. Introducción
2. Elección de las palabras clave
3. Lista de términos de marketing
4. Lista de términos por encuesta
5. Lista de términos populares
6. Sacando partido a Google Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FIJANDO OBJETIVOS SEO

1. Introducción
2. Conociendo el futuro: previsión de visitas

3. Calcular las visitas a partir de la posición en SERP
4. Aplicación para el cálculo de visitas estimadas
5. ¿De donde venimos? ¿A dónde vamos?
6. Herramientas de monitorización SERP

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FIJANDO OBJETIVOS SEO

1. Introducción
2. Información útil, información fresca
3. Flash, el problema del contenido invisible
4. Densidad de palabra (Keyword density)
5. Long Tail, la larga cola de palabras clave
6. Marketing en Internet: captando más visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FIJANDO OBJETIVOS SEO

1. Introducción
2. Estructurar la información
3. Link Juice y el atributo nofollow
4. Importancia no es lo mismo que Pagerank
5. Subdominios o carpetas
6. Dando nombre a las páginas
7. URL estáticas o dinámicas
8. Paso de parámetros entre páginas dinámicas
9. Reescribiendo la dirección de los enlaces
10. Cabecera de página
11. HTML validado
12. Campos META
13. META TITLE
14. META DESCRIPTION
15. META KEYWORDS
16. Dentro de la página
17. Organizar el contenido con titulares
18. La cantidad de texto no influye
19. Escribir HTML validado no es fundamental, pero ayuda
20. Las imágenes se tienen que leer

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA POSICIÓN DE LOS BUSCADORES

1. Estructura de enlaces en el sitio Web
2. PageRank
3. TrustRank
4. Intercambio y compra de enlaces
5. Agujeros negros en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO

1. Introducción
2. Cloaking

3. Texto invisible
4. Duplicación de dominios
5. SPAM en foros
6. Uso de enlaces forzados o spam Keywords
7. Información sobre Black Hat SEO
8. Cómo salir de una penalización en Google

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIGURA DE UN COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, aptitudes y actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Conozcamos a algunos Community Manager de la empresa Española
6. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
7. Definir las metas de un Community Manager
8. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CASOS DE ÉXITO

1. Estrategias de éxito en las redes
2. ¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
3. Casos de afinidad entre marca y usuario
4. La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
5. Marketing Viral

UNIDAD DIDÁCTICA 13. REDES SOCIALES

1. Evolución de las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 14. REDES SOCIALES PROFESIONALES

1. Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes
2. Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn
3. Otras redes profesionales. Xing

UNIDAD DIDÁCTICA 15. BLOG

1. ¿Qué es un Blog?
2. El Blog como herramienta de Marketing en la empresa
3. Una propuesta concreta para implantar un Blog corporativo (análisis estratégico)
4. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un Blogger

5. Estrategias de crecimiento de un Blog
6. Plataformas de los Blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Techhorati.
7. Los Blogs y los foros más importantes de España
8. Herramientas avanzadas de Monitorización
9. Tipos de Blogs

UNIDAD DIDÁCTICA 16. MICROBLOGGING

1. Twitter, lo bueno si es breve, dos veces bueno
2. Herramientas para optimizar el uso de twitter
3. Cómo hacer crecer tu marca en Twitter
4. Otros sistemas de Microblogging (Jaiku, YouAre[®])

UNIDAD DIDÁCTICA 17. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y Blogs

UNIDAD DIDÁCTICA 18. WIKIS Y WIKIPEDIA

1. La Wikipedia como fuente de información libre y universal
2. Definición de Wiki
3. La incorporación de los Wikis en el mundo empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 19. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página. RSS
2. Qué es un podcast y cómo utilizarlos

UNIDAD DIDÁCTICA 20. PLATAFORMAS DE VÍDEO

1. Cómo aprovechar al máximo las herramientas en Youtube
2. El posicionamiento en Youtube
3. Otras plataformas de vídeo

UNIDAD DIDÁCTICA 21. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto
2. Flickr y Panoramio

UNIDAD DIDÁCTICA 22. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD ONLINE

1. Trucos para animar una Comunidad Online
2. Estrategias de participación en las redes sociales
3. La voz de la empresa o la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 23. LA RUMOROLOGÍA

1. Situaciones de crisis en la red: los hoax
2. Cómo atajar el problema

UNIDAD DIDÁCTICA 24. REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de tu reputación online
2. Herramientas y consejos para monitorizar online
3. Branding digital ¿Qué dicen de tu marca en Internet?
4. Creación de un sistema de escucha/alertas.
5. Importancia de opiniones en la red