

MÁSTER

MÁSTER EN TRAFFIC MANAGER EXPERT

esneca
BUSINESS SCHOOL

MAS483

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



DESTINATARIOS

El programa está diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre Traffic Manager Expert y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Con éste estudio podrá adquirir los conocimientos necesarios para realizar esta labor de la mejor manera posible. El Trafficker tiene unos objetivos que realizar dentro de la empresa u organización. El Trafficker es aquella persona encargada de monitorizar y mantener en funcionamiento las campañas de publicidad de las páginas web, por ello gracias a este estudio conocerá todo lo referente a esta figura tan solicitada en la actualidad laboral.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
600H



MODALIDAD
ONLINE



*La modalidad incluye módulos con clases en directo

CURSO INICIAL
ONLINE



TUTORIAS
PERSONALIZADAS



IDIOMA
CASTELLANO



DURACIÓN
HASTA UN AÑO
*Prorrogable



IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 1780€
VALOR ACTUAL: 890€

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MÁSTER EN TRAFFIC MANAGER EXPERT**”, de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

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

REDES SOCIALES



www.facebook.com/esnecaschool



linkedin.com/school/esneca-business-school



[@esneca.business.school](https://www.instagram.com/esneca.business.school)



www.esneca.com



www.twitter.com/ESNECA



www.esneca.com/blog

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

1. Introducción al Marketing online
 - Internet como canal de comunicación
 - Conceptualización del marketing online
 - Comparativa frente al marketing tradicional
 - 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
 - B2C
 - B2B
 - 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
 - Formas de búsqueda del usuario
 - Sitios o palabras a la hora de posicionar
 - Etapas de recolección de palabras clave
 - Herramientas para las palabras clave
 - Escogiendo las palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

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

- Funciones del SEO Manager
4. Herramientas SEO
 5. Planificación de una estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

1. Técnicas SEO on-page
 - Estructura del Sitio web
 - Landing Page
 - Maquetación en HTML5
 - Maquetación en CSS3
 - Creación de metas
 - Modificación en código
 - Creación de URL friendly dinámicas
 - Vínculos internos y externos
 - Densidad de palabras
2. Técnicas SEO off-page
 - Link Baiting
 - Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)
 - Creación de enlaces en Redes Sociales
 - Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
3. Técnicas SEO avanzadas
 - La semántica y el Social Media como protagonistas
 - Rich Snippets
 - Microdatos y microformatos
 - 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
 - Ubicación de los anuncios
 - Creación del anuncio
 - Número uno en el ranking
4. Principales plataformas del marketing en buscadores
5. Google AdWords
 - Iniciar cuenta en Google AdWords
 - Creación de campañas para el buscador Google
6. Bing Ads
 - Iniciar sesión en Bing Ads
 - 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
 - Claves de la elección de palabras clave
 - Nivel de competencia de cada palabra clave
 - KeyWords: Long Tail
 - KeyWords: genéricas
2. Herramientas de búsqueda de palabras clave

- Google Keyword Planner
- Google Trends
- Google Suggest
- SEMrush
- 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
 - Community Manager
 - Record Manager
 - Social Media Planner
 - Social Media Marketing (SMM)
 - 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 2. GOOGLE ADWORDS. NIVEL EXPERTO

MÓDULO 1. ASPECTOS TEÓRICOS - GOOGLE ADWORDS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADWORDS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN CON GOOGLE ADWORDS

1. Cuentas en AdWords
 - Crear una cuenta
 - Iniciar sesión
 - Cambiar los datos de inicio
2. Interfaz de AdWords
3. Campañas en AdWords
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 Adwords
6. La mejora de conversiones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEJORA DE POSICIONAMIENTO

1. Mejora con palabras clave
 - El tipo de concordancia amplia
 - El tipo de modificador de concordancia amplia
 - El tipo de concordancia de frase
 - El tipo de concordancia exacta
 - El tipo de palabra clave negativa
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 2. PARTE PRÁCTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREACIÓN DE UNA CUENTA DE ADWORDS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONOZCA SU CUENTA DE ADWORDS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN DE UNA CUENTA DE ADWORDS EXITOSA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SU PRIMERA SEMANA CON ADWORDS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SUGERENCIAS CLAVE PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO DE ADWORDS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PESTAÑA OPORTUNIDADES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OBTENGA NUEVAS ESTADÍSTICAS VALIOSAS DE ADWORDS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CÓMO REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE ROI DE ADWORDS CON GOOGLE ANALYTICS

UNIDAD DIDÁCTICA 9. UTILIZACIÓN DE LOS INFORMES DE ADWORDS EN GOOGLE ANALYTICS

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROLE EL RETORNO DE LA INVERSIÓN EN ADWORDS CON EL SEGUIMIENTO DE CONVERSIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ORIENTACIÓN DE LOS ANUNCIOS A SITIOS WEB DE LA RED DE DISPLAY DE GOOGLE

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ENLACES A SITIOS DEL ANUNCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 13. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD ONLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 14. CÓMO GENERAR NEGOCIO CON ADWORDS

UNIDAD DIDÁCTICA 15. OPTIMIZACIÓN DE LAS CUENTAS DE ADWORDS

UNIDAD DIDÁCTICA 16. ADMINISTRACIÓN DE VARIAS CUENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 17. EL AUTÉNTICO VALOR DE LA RED DE BÚSQUEDA