

Cursos Superiores

Curso Superior en Traffic Manager y Generación de Leads + 5 Créditos

ECTS



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Curso Superior en Traffic Manager y Generación de Leads + 5 Créditos ECTS

1. Sobre INESEM
2. Curso Superior en Traffic Manager y Generación de Leads + 5 Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Por qué elegir INESEM?
6. Orientación
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Curso Superior en Traffic Manager y Generación de Leads + 5 Créditos ECTS



DURACIÓN	250
PRECIO	460 €
CRÉDITOS ECTS	5
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Cursos Superiores

Doble titulación:

- Título Propio Curso Superior en Traffic Manager y Generación de Leads 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."
- Título Propio Universitario en Traffic Digital expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS

Resumen

El Traffic Manager es uno de los 10 puestos más demandados dentro del sector del Marketing digital, ya que profundiza en el posicionamiento y la relación con el cliente, optimizando los procesos para que se construyan relaciones más duraderas y fieles con el público objetivo. El curso en Traffic Manager y Generación de Leads te da la posibilidad de especializarte en las áreas del marketing digital con mayor importancia, como son el social media marketing, el posicionamiento, la relación con el cliente y el marketing de contenido. Por lo que obtendrás una visión amplia de las herramientas y técnicas a utilizar en estos procesos. Con INESEM Business School podrás formarte de una manera práctica y con visión empresarial ya que el claustro que forma este curso se compone de expertos en la materia que te guiarán y resolverán todas tus cuestiones en todo momento. Además, cuenta con varios programas de becas y financiación para hacer más accesible una formación útil...

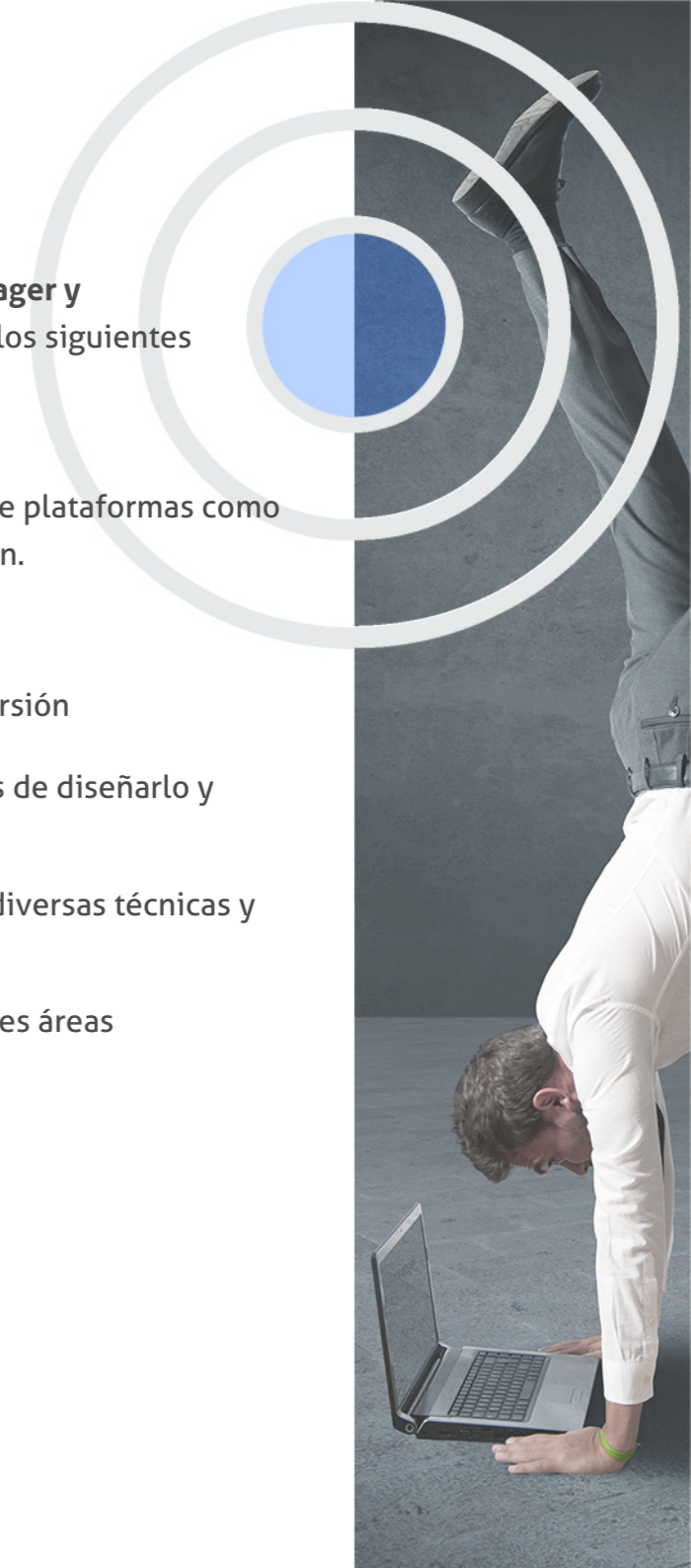
A quién va dirigido

El Curso de Traffic Manager y Generación de Leads se orienta a todo aquel profesional del sector del marketing digital, o de cualquier otro ámbito que desee una especialización profunda en la optimización de las relaciones con el cliente y el tráfico en la web, adaptándose al público objetivo y pudiendo analizarlo para detectar cómo impactar sobre estos.

Objetivos

Con el Cursos Superiores **Curso Superior en Traffic Manager y Generación de Leads + 5 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Especializarse en el posicionamiento y la gestión de plataformas como Facebook Ads, Instagram Ads, Google Ads, o Amazon.
- Profundizar en el SEO On page y el SEO local.
- Estudiar copywriting y diversos embudos de conversión
- Conocer la experiencia de usuario (UX) y las formas de diseñarlo y enfocarlo de cara a la usabilidad del target.
- Conceptualizar el Marketing Relacional y estudiar diversas técnicas y herramientas en la fidelización del cliente
- Desenvolverse en la estrategia CRM y sus principales áreas





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Curso de Traffic Manager y Generación de Leads te prepara para convertirte en un experto en disparar el número de visitas y ventas de una empresa, especializándote en las herramientas de SEO on page y aprendiendo las técnicas más avanzadas en optimización de herramientas como Facebook Ads, Instagram Ads o Google Ads, que te servirán como plataforma visual para conseguir una mejor experiencia de usuario y así optimizar el marketing relacional.

Salidas Laborales

Con el Curso de Traffic Manager y Generación de Leads podrás optar a puestos como Traffic Manager Expert, Analísta web, SEO Manager, Especialista en Marketing de Contenido y Posicionamiento, Costumer Relationship Manager y una larga lista de especialidades que se incluyen en el área del marketing digital en la que pondrás en práctica tus conocimientos adquiridos.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Curso Superior en Traffic Manager y Generación de Leads + 5 Créditos ECTS

Módulo 1. **Traffic digital**

Módulo 2. **Usabilidad y experiencia de usuario - ux**

Módulo 3. **Marketing relacional**

Módulo 4. **Customer relationship management**

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. - ¿Cómo se realiza una Keyword Research?
5. - Tipos de keywords
6. Herramientas
7. Arquitectura del Sitio Web
8. Análisis de los Metadatos- Screaming Frog
9. Usabilidad y Experiencia de Usuario- UX
10. Auditoría On Page

Unidad didáctica 3. Seo offpage: enlaces

1. Introducción al Seo offpage
2. Backlinks
3. Consideraciones de los enlaces
4. - Autoridad de una web: PageRank y Link juice
5. - Principales tipos de backlinks
6. - Penalizaciones de Google
7. Análisis de enlaces
8. - SEMrush
9. - Ahrefs
10. - Screaming Frog

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
5. - Google My Business

Unidad didáctica 6. Seo y copywriting

1. Introducción al SEO y copywriting
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. - Herramientas de publicidad
4. - Estructura de las campañas
5. - Objetivos publicitarios
6. - Segmentación
7. - Localización de los anuncios
8. - Pujas y precios de los anuncios
9. - Campaña de Facebook Ads paso a paso
10. Instagram Ads
11. - Tipos de anuncios en Instagram Ads
12. - Cómo crear un anuncio en Instagram Ads paso a paso
13. - Consejos para crear anuncios en Instagram

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. - Informes de audiencia
5. - Informes de adquisición
6. - Informes de comportamiento
7. Campañas personalizadas

Unidad didáctica 11.

Growth hacking y embudos de conversión

1. Growth Hacking
2. Embudos de conversión

Módulo 2.

Usabilidad y experiencia de usuario - ux

Unidad didáctica 1.

Introducción

1. Introducción
2. La usabilidad
3. Conceptos clave
4. Atributos
5. Complejidad e importancia de la usabilidad
6. Usabilidad aplicada a un proyecto
7. Mejoras de la usabilidad al producto final
8. Procesos y herramientas

Unidad didáctica 2.

Experiencia de usuario -ux

1. Definición
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos

Unidad didáctica 3.

Diseño centrado en el usuario

1. Introducción
2. Orientaciones de diseño web y dispositivos
3. Fundamentos de diseño centrado en el usuario

Unidad didáctica 4.

Formas de enfocar la usabilidad

1. Introducción
2. Complejidad transdisciplinar
3. Pirámide de prioridades de la usabilidad
4. Proceso general
5. El ciclo diseño-investigación

Módulo 3.

Marketing relacional

Unidad didáctica 1.

Conceptualización del marketing relacional

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

Unidad didáctica 2.

La fidelización del cliente como base del marketing relacional

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

Unidad didáctica 3.

Fidelización de clientes online

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

Unidad didáctica 4.

Herramientas de análisis en los programas de fidelización

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

Unidad didáctica 5.

La segmentación de clientes como principal herramienta para conocer al cliente

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

Unidad didáctica 6.

Métricas en marketing relacional

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

Unidad didáctica 7.

Generación de leads

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

Módulo 4. Customer relationship management

Unidad didáctica 1.

El papel del crm en la empresa

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
4. Estructura de la organización del CRM

Unidad didáctica 2.

La estrategia crm

1. Definición de estrategia CRM
2. Las fuerzas del cambio
3. Orientación al cliente
4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
5. Elementos de un programa CRM
6. Medición y análisis de resultados

Unidad didáctica 3.

El ecrm

1. eCRM como expansión de la estrategia CRM
2. Social CRM
3. Componentes del eCRM
4. Implantación del eCRM

Unidad didáctica 4.

Del crm al cem

1. Customer Relationship Management vs. Customer Experience Management
2. La experiencia vista desde la parte interna de la empresa
3. La innovación en el CEM
4. Procesos colaborativos: Crossuser & Crowdsourcing
5. Impacto del CEM en la estrategia empresarial

Unidad didáctica 5.

Beneficios de una estrategia crm en la empresa

1. Lealtad y fidelidad de los clientes
2. Reducción del coste por cliente nuevo
3. Cross Selling (venta cruzada)
4. Up Selling (ventas añadidas)
5. Mayor eficiencia y productividad comercial
6. Reducción de costes en comunicación
7. No existen duplicidades (en procesos y datos)
8. Conocimiento del mercado y de nuestro target

Unidad didáctica 6.

Beneficios de una estrategia crm para el cliente

1. La empresa conoce las necesidades del cliente
2. Aumento en la satisfacción del cliente
3. Trato personalizado con el cliente
4. Cliente único en la base de datos
5. Mejora del servicio prestado al cliente

Unidad didáctica 7.

Áreas principales del crm

1. Servicio al cliente
2. La estructura del Call Center
3. Tipos de Call Center
4. La función del CRM para el Call Center
5. El sistema de automatización de ventas

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Comunidad

Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.



Revista Digital

Secretaría

Campus Virtual

Webinars

Comunidad

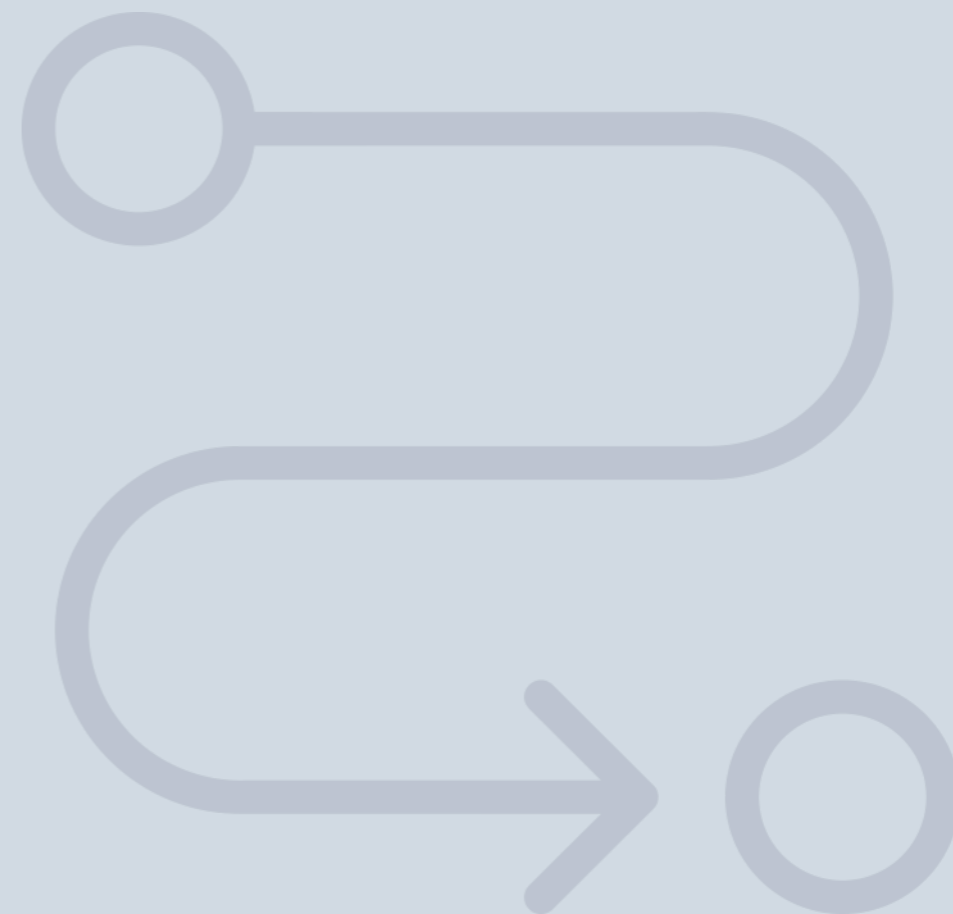
5

5 pilares del método



SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

Beca desempleo

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

Beca emprende

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

Beca alumnos

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Cursos Superiores

Curso Superior en Traffic Manager y Generación de
Leads + 5 Créditos ECTS

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.