

Masters Profesionales

Master en Growth Hacking y Marketing Automation



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master en Growth Hacking y Marketing Automation

1. Sobre Inesem

2. Master en Growth Hacking y Marketing Automation

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

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Porqué elegir Inesem?

6. Orientacion

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.***



Master en Growth Hacking y Marketing Automation



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters Profesionales

- 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."

Resumen

Este master online en Growth Hacking y Marketing Automation aporta los conocimientos requeridos para implementar el embudo de Growth de manera eficaz en la empresa y aplicando técnicas innovadoras de marketing digital. La captación, conversión y retención de clientes a través de los diferentes canales online se ha convertido en una prioridad para la mayor parte de empresas. Este master aporta conocimientos aplicados al crecimiento digital y en base a la automatización de las herramientas de marketing digital más innovadoras. INESEM aporta los contenidos más actualizados con el mejor equipo docente especializado en marketing digital. Ofrecemos la tutorización más cercana y las herramientas necesarias para dotar de flexibilidad a tus estudios.

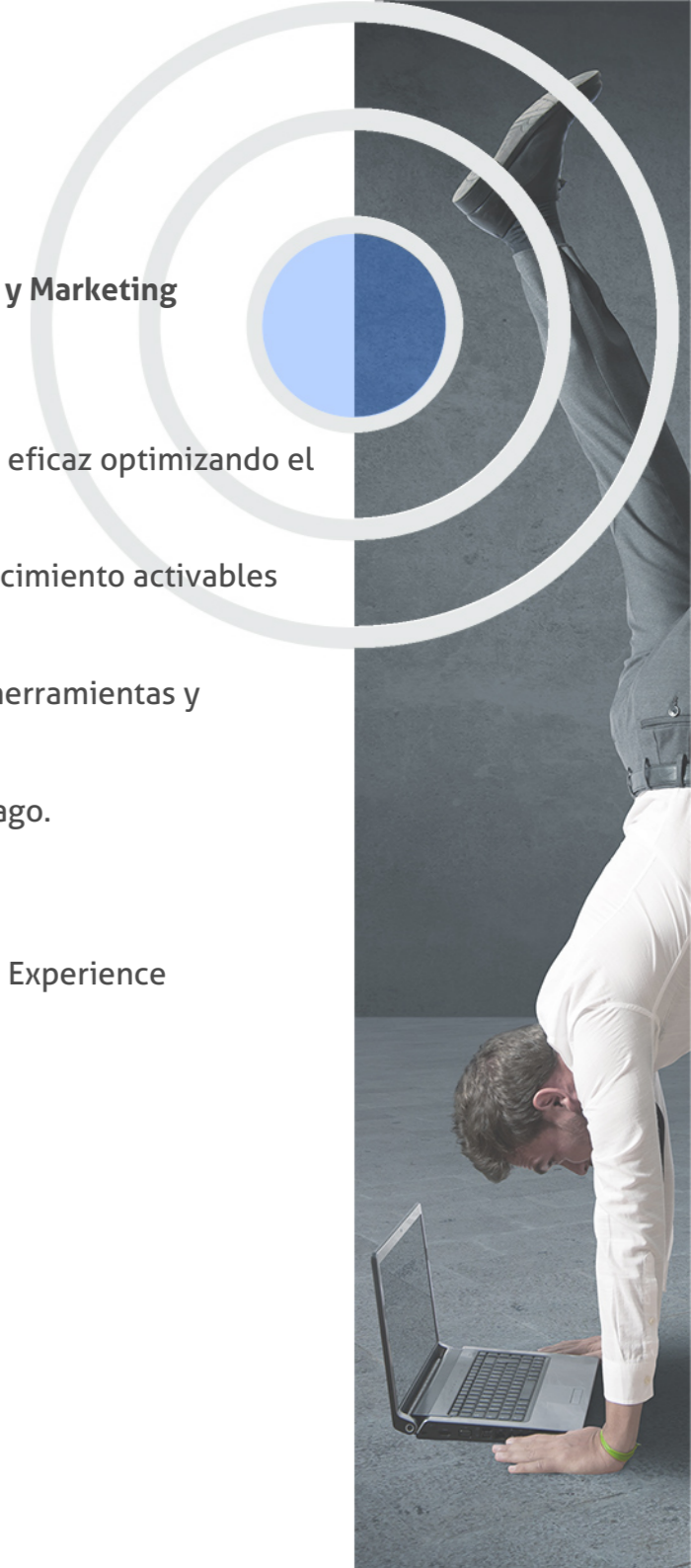
A quién va dirigido

El Master en Growth Hacking y Marketing Automation va dirigido a profesionales del marketing digital que deseen mejorar las fases del embudo en todos los niveles. Se orienta también a estudiantes que deseen convertirse en especialistas en conversión y experiencia del usuario, así como a directores y emprendedores que deseen mejorar digitalmente sus negocios.

Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Growth Hacking y Marketing Automation** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Implantar el modelo de Growth Hacking de manera eficaz optimizando el funnel de conversión
- Conocer y aplicar los mejores hacks o trucos de crecimiento activables para las principales plataformas digitales.
- Optimizar cada fase del embudo con el uso de las herramientas y técnicas más innovadoras.
- Dominar los canales de captación orgánicos y de pago.
- Mejorar el Conversation Rate Optimization o CRO
- Aplicar la metodología del Product Designer y User Experience
- Ejecutar técnicas de Marketing Automation





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Master en Growth Hacking y Marketing Automation te prepara para optimizar los canales que componen tu funnel de ventas de cara a mejorar la conversión. Desarrolla las fases que componen el modelo Growth Hacking entre las que se encuentran la adquisición, activación, retención, revenue y referral. Aprende a testear cada etapa y a automatizar los procesos de marketing digital de cara a mejorar la eficiencia de tus canales digitales.

Salidas Laborales

Con el Master en Growth Hacking y Marketing Automation podrás convertirte en un profesional del marketing digital a nivel de posicionamiento, SEM, analítica web, SEO Growth Hacking, estrategia de crecimiento digital, marketing automation, CRO o Conversation Rate Optimization, marketing web, RRSS, User Experience y Product Designer. Mejora tu empleabilidad y especialización.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADEMICO

Master en Growth Hacking y Marketing Automation

Módulo 1. **Introducción al marketing de buscadores**

Módulo 2. **Fundamentos del growth hacking**

Módulo 3. **Seo on page**

Módulo 4. **Seo off page**

Módulo 5. **Especificaciones seo**

Módulo 6. **Google ads**

Módulo 7. **Marketing automation ecosystem**

Módulo 8. **Optimización de la tasa de conversión**

Módulo 9. **Aplicando cro conversion rate optimization**

Módulo 10. **Product designer y user experience (ux)**

Módulo 11. **Proyecto fin de máster**

Módulo 1. Introducción al marketing de buscadores

Unidad didáctica 1.

Introducción al 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 2.

Introducción al sem

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 3.

Content management system

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. WordPress y woocommerce
4. Prestashop y magento

Unidad didáctica 4.

Google analytics 4

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4

Módulo 2.

Fundamentos del growth hacking

Unidad didáctica 1.

Presentación al growth hacking

1. Qué es growth hacking
2. Cómo ver un buen growth hacker
3. Proceso de growth hacking
4. Embudo de conversión

Unidad didáctica 2.

Desarrollando un plan de crecimiento

1. Entender a tu cliente
2. Entender tu producto
3. Beneficio en growth hacking
4. Seguimiento y Analytics

Unidad didáctica 3.

Preparación para el crecimiento

1. Usar remarketing en nuestra web
2. Aptitud de tu producto
3. Base de clientes
4. Mantén a tus usuarios

Unidad didáctica 4.

Generar momentos de crecimiento

1. Asociaciones para crecer
2. Integrar con API para crecer

Unidad didáctica 5.

Estudiar en growth hacking

1. Que es Airbnb
2. Tinder y su estrategia de growth hacking
3. visión de Square
4. oportunidad de JetBlue
5. Finalización del curso Fundamentos del growth hacking

Módulo 3.

Seo on page

Unidad didáctica 1. Keyword research

1. Introducción
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 4.

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 5.

Especificaciones seo

Unidad didáctica 1.

Seo especializado

1. SEO local
2. Search y social media
3. SEO mobile
4. SEO internacional
5. Auditoría SEO

Unidad didáctica 2.

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 3.

Seo para blogs y wordpress

1. Blogs
2. Cómo hacer un blog en Wordpress
3. Plugins para optimizar el SEO en los blogs

Módulo 6.

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 7.

Marketing automation ecosystem

Unidad didáctica 1.

Introducción al marketing automation

1. Marketing Automation: Concepto y Casos Prácticos
2. Herramientas del Marketing Automation
3. Publicidad y promoción automatizada
4. La automatización de la relación con el cliente
5. Gestión de datos y análisis en el Marketing Automation

Unidad didáctica 2.

Estrategia de automatización del marketing

1. Elementos de la automatización del marketing: Journey Builder, CRM
2. Funnel de Ventas y Omnichannel en Marketing Automation
3. Diseño del plan de Automatización (I): Identificación de tareas
4. Diseño del plan de Automatización (II): Selección de herramientas y Métricas de evaluación de la eficacia

Unidad didáctica 3.

Planificación de una campaña de email marketing

1. Antes de empezar
2. Fases de una campaña de email marketing
3. Objetivo de la campaña
4. Antes de la campaña
5. Elección de la lista
6. Segmentación
7. Personalización
8. Formato, remitente y asunto
9. Viralidad
10. Los resultados

Unidad didáctica 4.

Principales elementos y técnicas de diseño para crear un email efectivo

1. Introducción
2. Frecuencia de los envíos
3. Aspectos a tener en cuenta
4. Diseño del email
5. PARTES DEL MENSAJE DE CORREO ELECTRÓNICO
6. Recomendaciones finales

Módulo 8.

Optimización de la tasa de conversión

Unidad didáctica 1. ¿que es el cro?

1. Conceptos fundamentales
2. Medir nuestro CRO
3. Fases del CRO
4. Herramientas CRO
5. CRO y SEO

Unidad didáctica 2. Mejora de conversión según el negocio digital

1. Modelo de negocio Peer To Peer
2. Código Abierto
3. Freemium
4. Suscripción

Unidad didáctica 3. Planteando el proyecto cro

1. Fases del proyecto
2. Elementos del proyecto
3. Ejecutando el proyecto

Unidad didáctica 4. Objetivos, estrategias y kpis

1. Principales objetivos CRO
2. Estrategias a seguir
3. Métricas y KPI

Unidad didáctica 5. Elementos principales a optimizar

1. Conocer a tus potenciales clientes
2. Identificar obstáculos
3. Rendimiento de la web
4. Interacción con el usuario
5. Carrito de la compra
6. Versión móvil

Unidad didáctica 6. Configurar objetivos (url de destino)

1. ¿Que es una URL de destino?
2. Estrategias a seguir
3. Sacando el máximo provecho a nuestra URL destino y nuestras keywords
4. Buenas prácticas

Unidad didáctica 7. Neuromarketing aplicado a cro

1. ¿Que es el neuromarketing?
2. Técnicas de neuromarketing
3. Implementando el neuromarketing en nuestro negocio
4. Técnicas útiles de neuromarketing

Módulo 9.

Aplicando cro conversion rate optimization

Unidad didáctica 1.

Experiencia de usuario -ux

1. Definición
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

Unidad didáctica 2.

Experiencia digital y experiencia del usuario

1. Monitorización de la experiencia digital del cliente
2. El marketing online
3. Social media marketing

Unidad didáctica 3.

Conversion rate optimization

1. Introduccion a Concersion Rate Optimization
2. Tu primer funnel
3. Determina una hipotesis, experimentacion y prorizacion de metricas

Unidad didáctica 4.

A/b multivariate testing

1. Las landing pages
2. Cómo llevamos a cabo un «experimento»
3. Cómo funciona el a/b testing

Unidad didáctica 5.

Fase de conversion

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

Unidad didáctica 6.

Análisis y optimización del funnel de conversión

1. Medición de la conversión
2. Mejora de la conversión
3. Herramientas CRO y Testing
4. Análisis Cross-Channel Marketing

Unidad didáctica 7.

Landing page optimization

1. Diseño
2. Mensajes
3. Formulario
4. Información
5. Reclamo
6. Páginas responsive
7. SEO

Unidad didáctica 8.

Seo y copywriting

1. Introducción al SEO y copywriting
2. SEO Copywritting
3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywritting

Unidad didáctica 9.

Copywriting aplicado

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Pirnicpales Técnicas
5. Apartado "Sobre mi"
6. Consejos SEO

Unidad didáctica 10. Google analytics

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Como funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?
8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos
11. Eventos
12. Porcentaje de abandono
13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics

20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

Unidad didáctica 11. Herramientas para cro

1. Tipos de herramientas para optimizar CRO
2. Google tag manager
3. Google optimize
4. PageSpeed Insights de Google
5. Adobe Target
6. AB Tasty
7. Optimizely

Unidad didáctica 12. Neuromarketing mix y neuroventas

1. Las Ps en el neuromarketing
2. Fundamentos y metodología de la neuroventa
3. La neurocomunicación en la venta
4. Estrategias producto servicio
5. Packaging y neuromarketing
6. Factor precio en neuromarketing

Módulo 10. Product designer y user experience (ux)

Unidad didáctica 1. Introducción

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

Unidad didáctica 2. Estrategia de marca (branding-reputación online)

1. ¿Qué es una marca?
2. Branding
3. Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio
4. Técnicas de branding e identidad corporativa
5. Branding en la red: uso de Internet y redes sociales
6. Tendencias
7. La importancia de la reputación online
8. Situación de partida
9. Creación de la reputación online
10. Plan de gestión de crisis
11. Análisis de la reputación online
12. Conclusión

Unidad didáctica 3. Experiencia de usuario -ux

1. Definición
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

Unidad didáctica 4. Customer journey y buyer persona

1. Introducción al customer journey
2. Fases de la experiencia de cliente
3. Propuestas de mejora
4. Herramientas para crear un Customer Journey
5. Tendencias
6. Introducción al Buyer persona
7. Cómo crear tu Buyer Persona
8. Herramientas

Unidad didáctica 5. Entorno mobile

1. Importancia del Mobile Marketing
2. Estrategia Mobile Marketing
3. Social Mobile Marketing
4. Tipos de aplicaciones
5. Mcommerce

Unidad didáctica 6. Diseño centrado en el usuario

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

Unidad didáctica 7. Formas de enfocar la usabilidad

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

Unidad didáctica 8. Interfaz de usuario -ui

1. Elementos de la interfaz
2. Diseño basado en las percepciones
3. Fundamentos del diseño de interacción
4. Moodboards
5. Qué es el IxD

Unidad didáctica 9. Implementación y optimización

1. Implementar desde el punto de vista de la usabilidad
2. Conseguir resultados reales
3. Optimización web desde la usabilidad

Unidad didáctica 10. Equipos de usabilidad

1. ¿Qué son?
2. Trabajo multidisciplinar y multitarea
3. Métodos de trabajo del equipo

Unidad didáctica 11. Roles

1. Diversidad de roles y funciones
2. UX Researcher
3. UX Writer
4. UI/UX Prototyping Developer
5. Web Developer
6. Interaction Designer
7. Visual Designer
8. Motion Designer

Módulo 11.
Proyecto fin de máster

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.

Revista Digital

Secretaría

5

pilares del método

Webinars

Campus Virtual

Comunidad

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.

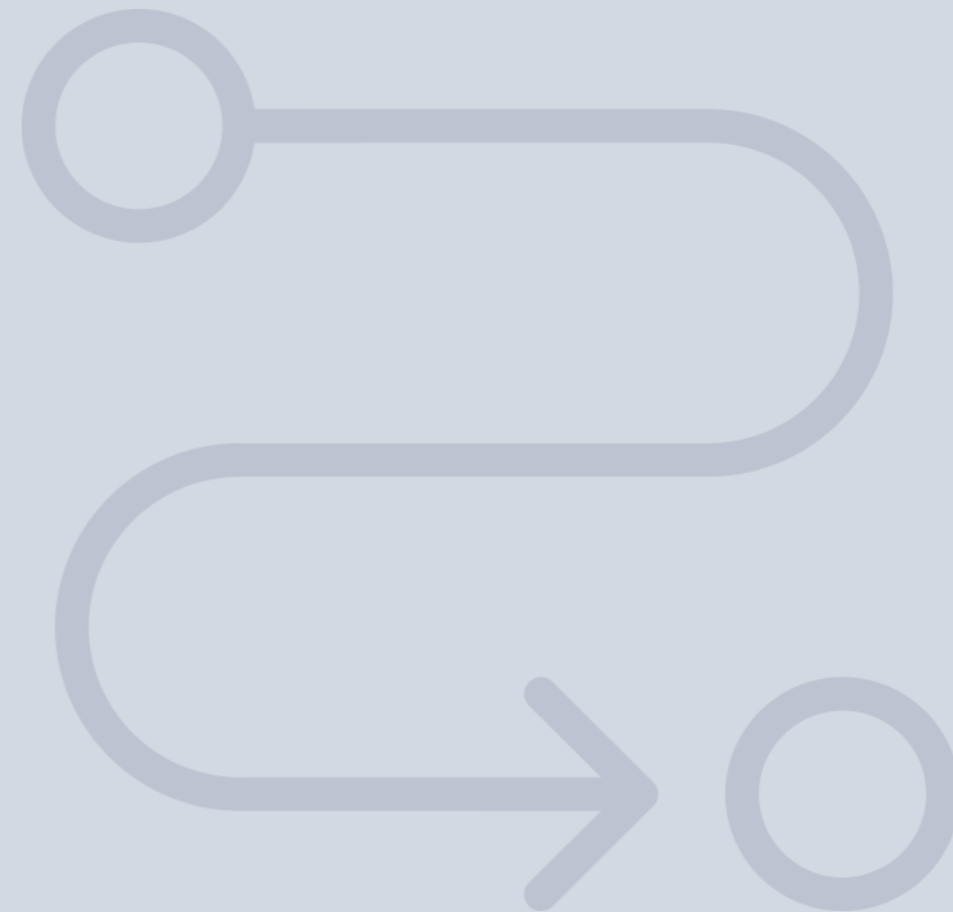
Webinars

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



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.

Masters Profesionales

Master en Growth Hacking y Marketing Automation

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.