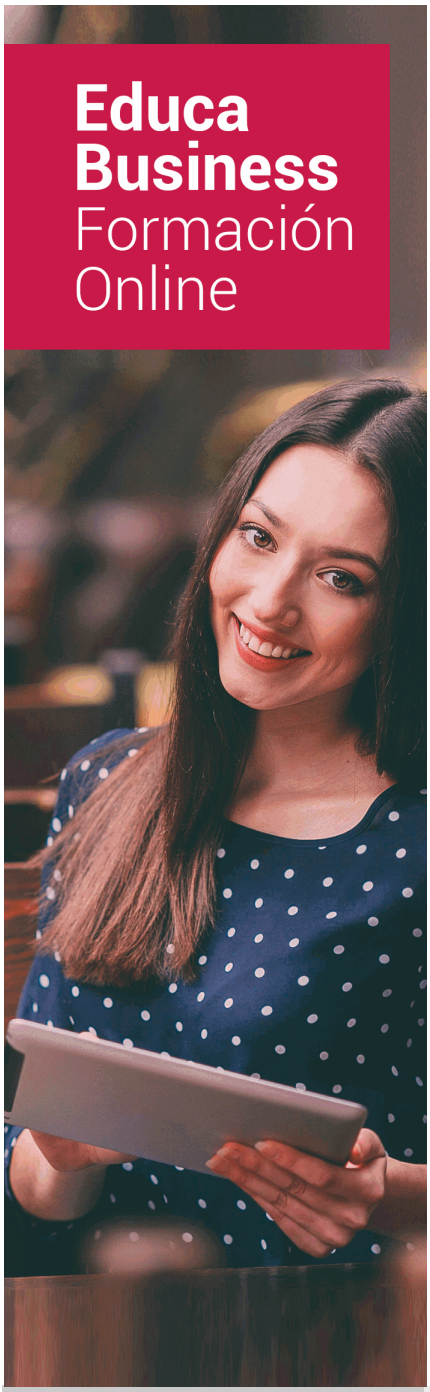
EDUCA BUSINESS SCHOOL

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL

# Maestría Internacional MBA en Dirección y Gestión de Clubes de Fútbol + Maestría Internacional en Marketing Deportivo




## SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

## NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación**(AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, l**os cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública.Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

# Maestría Internacional MBA en Dirección y Gestión de Clubes de Fútbol + Maestría Internacional en Marketing Deportivo

**DURACIÓN:**
1.200 horas

**MODALIDAD:**
Online

**PRECIO:**
1.795 $
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

## Titulación

Doble Titulación:
- Titulación de Maestría Internacional MBA en Dirección y Gestión de Clubes de Fútbol con 600 horas Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional
- Titulación de Maestría Internacional en Márketing Deportivo con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).

Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX

Con una calificación de NOTABLE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

## Descripción

Si trabaja en el ámbito del deporte y desea especializarse en las funciones relacionadas con el marketing deportivo y la gestión de empresas de este tipo este es su momento, con la Maestría en Marketing Deportivo podrá adquirir los conocimientos oportunos para desenvolverse de manera profesional en este entorno. El marketing deportivo puede ser capaz de dar una mayor velocidad de posicionamiento de una nueva marca o producto mediante el vínculo deportista o atleta reconocido. El servicio del marketing deportivo, nos permite ahorrar tiempo localizando a los deportistas para que participen en algún anuncio comercial así como otras estrategias.

## Objetivos

Los objetivos a alcanzar con la realización de esta Maestría en Marketing Deportivo Online son los siguientes:
- Conocer los elementos que integran un plan de empresa y la dinámica de su diseño y desarrollo..
- Ofrecer las bases para realizar los procesos administrativos de la empresa, en concreto: Nóminas y Seguros Sociales; Contabilidad y facturación; Obligaciones fiscales.
- Desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para realizar un análisis de la situación de la empresa desde un sentido crítico.
- Conocer las instalaciones deportivas en España.
- Adquirir lo referente sobre espacios deportivos convencionales y espacios complementarios.
- Aplicar herramientas para mejorar la calidad de las instalaciones deportivas.
- Conocer los factores socioeconómicos de la gestión de las instalaciones deportivas.
- Aprender a organizar sesiones de entrenamiento.
- Conocer todo lo relacionado con la teoría y práctica del entrenamiento.
- Recibir nociones de prevención de lesiones deportivas.
- Conocer las características estructurales de un club de fútbol profesional (responsabilidades y funciones).
- Aprender conceptos de la gestión de un club de fútbol.
- Aprender la organización y estructuración del fútbol formativo.
- Identificar la filosofía del proceso formativo.
- Reconocer las habilidades de director técnico del fútbol formativo.
- Aprender las etapas de alto rendimiento y perfeccionamiento deportivo y de iniciación y desarrollo deportivo.
- Identificar las áreas de formación deportiva y sus funciones.
- Identificar el perfil global del joven futbolista para el alto rendimiento.
- Conocer la normativa para los distintos grupos de trabajo.
- Analizar la importancia del marketing en instalaciones deportivas. - Conocer las claves del Marketing Deportivo. - Aplicar una estrategia de marketing integral. - Crear una estrategia de marketing digital orientada a centros deportivos. - Implementar una estrategia de SEO. - Desarrollar una estrategia exitosa en redes sociales. - Adquirir las técnicas de copywriting para convertir visitas en compradores. - Aprender a aplicar una estrategia de Inbound Marketing exitosa para aumentar las ventas online.

## A quién va dirigido

Esta formación está diseñada para aquellos profesionales del marketing que cuenten con varios años de experiencia y desean obtener una alta especialización en la aplicación de estrategias de marketing orientadas al sector deportivo. Del mismo modo, esta maestría se dirige titulados universitarios que deseen especializarse en el desarrollo de estrategias de marketing en el ámbito deportivo.

## Para qué te prepara

La Maestría en Marketing Deportivo Online te preparará para dirigir y liderar la estrategia de Marketing y Ventas de cualquier negocio relacionado con el deporte y el bienestar. Tras finalizar la formación, serás capaz de aplicar una estrategia de marketing integral para lograr atraer clientes potenciales y aumentar las conversiones del negocio. Gracias a las técnicas de SEO, SEM, Social Media, Copywriting y Analítica Web o Marketing Relacional lograrás optimizar el crecimiento del negocio y aumentar su rentabilidad.

## Salidas Laborales

La Maestría en Marketing Deportivo Online te capacita para trabajar como Director de Marketing en el sector del deporte. Se dirige tanto para aquellos profesionales del sector que deseen adquirir conocimientos pertenecientes al área de marketing, como para aquellos profesionales del marketing que buscan la especialización en este sector. Además, gracias a la formación adquirirás conocimientos para trabajar como Consultor de Marketing en el sector deportivo. Desarrolla tu carrera profesional como experto en patrocinio deportivo, especialista en SEO y analítica web, experto en Social Media, Copywriting e Inbound Marketing. Además de la capacidad de liderazgo, desarrollo y promoción de la venta online o mejora de la experiencia de usuario.

-

## Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses
+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono (+34) 958 050 217 e infórmate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

## Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.
En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.
10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

## Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.
El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.
Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.
Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.
Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado.**

## Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa,** donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.

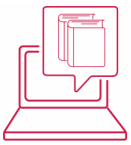
# Reinventamos la Formación Online

## Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.

## Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



## Amplio Catálogo

Nuestro alnumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.

## Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.

## Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.

## Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.

## Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.

## Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.

## Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

## Acreditaciones y Reconocimientos

## Temario

1.CURSO 1: MAESTRÍA INTERNACIONAL MBA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE CLUBES DE FÚTBOL

# PARTE 1. GESTIÓN DE ENTIDADES Y CLUBES DE FÚTBOL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INSTALACIÓN DEPORTIVA EN BASE AL CENSO NACIONAL

1.La práctica deportiva I
2.La práctica deportiva II
3.Metodología y terminología utilizada
4.Tipos de instalaciones deportivas. Manual de interpretación del Censo Nacional de instalaciones deportivas.2005
5.La utilización de energías renovables en las instalaciones deportivas
6.Tipologías de espacios deportivos convencionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTALACIONES DEPORTIVAS EN ESPAÑA

1.Deporte y sociedad
2.Carta verde del deporte
3.Instalaciones deportivas en relación con la práctica deportiva
4.Instalaciones deportivas en los centros educativos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GENERALIDADES

1.Definiciones y características generales
2.Condiciones del espacio
3.Aparcamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESPACIOS DEPORTIVOS CONVENCIONALES

1.Piscinas

2.Generalidades
3.Piscinas de natación
4.Piscinas de waterpolo
5.Natación sincronizada
6.Piscinas de saltos
7.Pistas
8.Voleibol
9.Baloncesto
10.Tenis
11.Balonmano
12.Fútbol sala
13.Squash
14.Pádel
15.Bádminton
16.Campos
17.Fútbol 7
18.Fútbol
19.Rugby
20.Hockey sobre hierba

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS ESPACIOS COMPLEMENTARIOS

1.Entrada
2.Recepción
3.Circulaciones
4.Escaleras
5.Rampas
6.Ascensores
7.Puertas
8.Pasillos
9.Protecciones
10.Pavimento
11.Aseos y vestuarios
12.Aparatos sanitarios
13.Botiquín
14.Gradas
15.Señalización de accesibilidad
16.Condiciones y características de la información y señalización para la accesibilidad
17.Accesibilidad/supresión de barreras arquitectónicas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE UNA INSTALACIÓN DEPORTIVA

1.Introducción

2.La planificación de una instalación deportiva: fases y principios generales
3.Criterios básicos de diseño
4.El proceso de diseño de una instalación deportiva y la organización funcional de los espacios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HERRAMIENTAS DE APOYO Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

1.El ciclo de vida de una instalación deportiva
2.Explotación y gestión. Introducción
3.Tipos de gestión
4.Gestión directa
5.Gestión indirecta
6.Gestión mixta
7.La preparación de los pliegos
8.La gestión desde el punto de vista de la CALIDAD
9.Seguridad
10.Accesibilidad y Movilidad
11.La Certificación de las instalaciones deportivas
12.La gestión económica de las instalaciones deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INCORPORACIÓN TRANSVERSAL DE LA SOSTENIBILIDAD AL CICLO DE VIDA DE LA INSTALACIÓN DEPORTIVA

1.Sostenibilidad
2.Introducción
3.Los principios de la sostenibilidad
4.Primeras aproximaciones
5.Sistemas de certificación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE CARACTERIZAN LA GESTIÓN DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS EN ESPAÑA

1.Planteamiento económico de la infraestructura deportiva en España
2.El Producto Interior Bruto (PIB) per cápita y las instalaciones deportivas
3.El valor inmobiliario de las instalaciones deportivas
4.Las entidades propietarias y gestoras de las instalaciones deportivas en España: tendencia progresiva hacia la gestión indirecta
5.La ubicación de las instalaciones deportivas
6.El régimen de acceso y los usuarios
7.Calidad y sostenibilidad

# PARTE 2. DIRECCIÓN TÉCNICA DE FÚTBOL

UNIDAD DIDÁCTICA 1.EVOLUCIÓN HISTÓRICA: DIFERENTES USOS DEL DEPORTE

1.Conceptos generales
2.Logro y mantenimiento de la salud

1.- Salud física
2.- Salud mental

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANATOMÍA IMPLICADA EN LA ACTIVIDAD FÍSICA

1.Conceptos iniciales
2.Sistema óseo: aparato locomotor y el movimiento
1.- Los huesos
2.- Cráneo y la cara
3.- Columna vertebral
4.- Tronco
5.- Extremidades
6.- Esqueleto apendicular
7.- Cartílagos
3.El sistema muscular
1.- Tejido muscular
2.- Clasificación muscular
3.- Principales grupos musculares, localización y función
4.- Acciones musculares
5.- Los ligamentos
4.Articulaciones y movimiento
1.- Fibrosas y cartilaginosas
2.- Articulaciones sinoviales
5.Los tendones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FISIOLOGÍA IMPLICADA EN LA ACTIVIDAD FÍSICA

1.Fisiología muscular y sistemas energéticos
1.- Resistencia anaeróbica
2.- Resistencia aeróbica
2.Fisiología cardio-circulatoria
3.Fisiología respiratoria
4.El sistema nervioso

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUALIDADES FÍSICAS BÁSICAS

1.Conceptos generales
2.Resistencia
1.- Factores que influyen en el desarrollo de la resistencia
2.- Desarrollo y evolución de la resistencia
3.Fuerza
1.- Tipos de fuerza
2.- Factores que influyen en el desarrollo de la fuerza
3.- Desarrollo y evolución de la fuerza
4.Velocidad

1.- Tipos de velocidad
2.- Factores que influyen en la velocidad
3.- Desarrollo y evolución de la velocidad

5.Flexibilidad
1.- Tipos de flexibilidad
2.- Factores que influyen en la flexibilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUALIDADES PSICOMOTRICES Y FORMAS PARA ALCANZAR SU DESARROLLO

1.Características preliminares de la psicomotricidad
2.El esquema corporal
1.- Elaboración del esquema corporal
2.- Organización del esquema corporal
3.El proceso de lateralización
4.Coordinación
1.- Tipos de coordinación
2.- Factores condicionantes de la coordinación
3.- La evolución de la coordinación
4.- Orientaciones educativas para el desarrollo de la coordinación
5.Equilibrio
1.- Tipos de equilibrio
2.- Factores condicionantes del equilibrio
3.- Evolución del equilibrio
4.- Orientaciones educativas para el equilibrio
6.Desarrollo de las capacidades perceptivo motrices
7.Manifestaciones expresivas asociadas al movimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TEORÍA Y PRÁCTICA DEL ENTRENAMIENTO

1.El entrenamiento y sus tipos
1.- Entrenamiento de la flexibilidad
2.- Entrenamiento muscular
3.- Entrenamiento de la fuerza
4.- Entrenamiento de la resistencia
5.- Entrenamiento de la velocidad
6.- Entrenamiento cardiovascular o aeróbico
2.El desentrenamiento
3.Intensidad del entrenamiento. Ley del umbral o ley de Shultz-Arnodt
1.- Ley del umbral (Ley de Shultz-Arnodt)
4.Adaptación del organismo. Teoría del síndrome general de adaptación
1.- Síndrome general de adaptación o teoría del estrés de Seyle
2.- Principio de la supercompensación

- 3.- Principios del entrenamiento de la condición física
- 5.Factores que intervienen en el entrenamiento físico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROGRAMA Y ORGANIZACIÓN DE LAS SESIONES DE ENTRENAMIENTO

- 1.Programación del proceso de entrenamiento
- 2.Planificación del entrenamiento
- 3.Sesión de entrenamiento
  - 1.- Fases de una Sesión de Entrenamiento
  - 2.- Objetivos de la Sesión de Entrenamiento
  - 3.- Tipos de sesiones de entrenamiento
- 4.Características de un buen entrenador

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICA Y TÁCTICA DEL FÚTBOL

- 1.La labor de enseñanza. ¿Qué y cómo debemos enseñar?
- 2.Fases en el proceso de enseñanza y aprendizaje del fútbol
- 3.Pautas metodológicas en el proceso de iniciación
- 4.El juego: características
- 5.La figura del monitor deportivo en fútbol
- 6.Construcción del juego
  - 1.- Relación con el balón
  - 2.- Presencia del adversario
  - 3.- El juego entre once: juego completo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. REGLAMENTO BÁSICO DEL FÚTBOL

- 1.Introducción: normativa
- 2.Reglamento (FIFA) y características fundamentales
  - 1.- El terreno de juego
  - 2.- El balón
  - 3.- El número de jugadores
  - 4.- El equipamiento de los jugadores
  - 5.- El árbitro
  - 6.- La duración del partido
  - 7.- El gol marcado
  - 8.- El fuera de juego
  - 9.- Tiros libres
  - 10.- El penalti
  - 11.- El saque de banda
  - 12.- El saque de esquina
- 3.Interpretación de las reglas del juego
- 4.Uso del silbato
- 5.La técnica
- 6.Técnica individual

1.- El control
2.- Habilidad
3.- La conducción
4.- La cobertura
5.- Golpeo con el pie
6.- Golpeo con la cabeza
7.- La finta
8.- El regate
9.- El tiro

7.Técnica colectiva
1.- El pase
2.- El relevo técnico
3.- Acciones combinativas

8.Técnica del portero
1.- Técnica individual
2.- Técnica colectiva

UNIDAD DIDÁCTICA 10. NORMAS DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL USO DE MATERIALES E INSTALACIONES DEPORTIVAS

1.Normas elementales de seguridad e higiene en la utilización del material e instalación
2.Mantenimiento para la seguridad e higiene de las diferentes instalaciones
3.La legislación relacionada con las instalaciones deportivas
1.- Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte
2.- Normativa nacional sobre instalaciones deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LESIONES DEPORTIVAS: PREVENCIÓN Y TRATAMIENTO

1.Introducción a las lesiones deportivas
2.Definición
3.La prevención
4.Tratamiento
5.Lesiones deportivas frecuentes
1.- Algunas lesiones deportivas agudas frecuentes
6.¿Qué debes hacer si te lesionas durante la realización del ejercicio físico?
7.¿Qué puedes hacer si te lesionas?
8.Causas más comunes de las lesiones en el entrenamiento
9.Técnicas utilizadas en la prevención y tratamiento de lesiones

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PRIMEROS AUXILIOS

1.Introducción a los primeros auxilios
1.- Principios básicos de actuación en primeros auxilios
2.- La respiración
3.- El pulso

2.Actuaciones en primeros auxilios
1.- El ahogamiento
2.- Las pérdidas de consciencia
3.- Las crisis cardíacas
4.- Hemorragias
5.- Las heridas
6.- Fracturas y luxaciones
7.- Quemaduras
3.Normas generales para la realización de vendajes
4.Maniobras de resucitación cardiopulmonar
1.- Ventilación manual
2.- Masaje cardíaco externo

# PARTE 3. SCOUTING EN FÚTBOL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SCOUTING EN EL FÚTBOL

1.¿Qué es el Scouting?
1.- Scouter o Analista
2.Importancia del Scouting
1.- Análisis del equipo propio
2.- Análisis del equipo rival
3.- Scouting como método de evaluación del rendimiento
3.Perfil del responsable de video

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS EMPLEADAS EN EL SCOUTING

1.Elementos de hardware y software
2.Elementos de captación y reproducción de video
1.- Captación de video
2.- Pantalla e interfaces
3.- Cableado y montaje
3.Programas para el videoanálisis de partidos
1.- Interfaz en programas de videoanálisis

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE ESQUEMAS TÁCTICOS

1.¿Qué se puede analizar de un equipo?
1.- Estructura defensiva
2.- Estructura ofensiva
2.La táctica
3.Metodología de la preparación táctica
4.Ocupación racional del terreno
1.- Formas de ocupar el terreno de juego
5.Las transiciones en el fútbol

6.Algunas tácticas o acciones ofensivas con balón
7.El posicionamiento defensivo
1.- Dinámica de la defensa en zona
8.Fundamentos del sistema de juego
1.- Características de un sistema de juego

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELABORACIÓN DE INFORMES
1.Introducción a los informes
1.- Tipos de informes
2.- Técnicas de redacción del informe
3.- Las normas de estilo en la redacción del informe final
4.- El uso de conceptos y definiciones aclaratorias en el texto
2.Recogida de datos e información
3.Ejemplo de ficha de seguimiento a un jugador
4.Ejemplo de ficha de scouting de un partido

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TOMA DE DECISIONES
1.Toma de decisiones del entrenador
2.La táctica deportiva
1.- Metodología de la preparación táctica
3.La estrategia deportiva
1.- Características de la estrategia deportiva

# PARTE 4. ORGANIZACIÓN DEL FÚTBOL FORMATIVO EN UN CLUB DE ÉLITE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIGRAMA DE UN CLUB DE FÚTBOL PROFESIONAL
1.El Organigrama
1.- Tipos de organigramas
2.- Ventajas y desventajas de los diferentes tipos de organigramas
3.- Uso de los organigramas
2.Quienes conforman el club y sus funciones
3.Profesionalización del fútbol
1.- Propuesta de diseño estructural para un club de fútbol profesional de élite

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS EN LA GESTIÓN DE UN CLUB DE FÚTBOL
1.Planificación estratégica
2.Fases de la planificación estratégica
3.Planificación deportiva
4.El proyecto deportivo
5.Dirección de proyectos deportivos
6.Análisis del entorno y diagnóstico en una entidad deportiva

1.- Tipos de diagnóstico
2.- Análisis DAFO
7.La visión y la misión
8.Objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO FORMATIVO Y DIRECCIÓN TÉCNICA EN LAS DISTINTAS ETAPAS

1.Definición del fútbol base
2.Categorías del fútbol base
1.- Prebenjamín y benjamín
2.- Alevines
3.- Infantiles
4.- Cadetes
5.- Juveniles
3.La sesión de entrenamiento en el fútbol base
1.- Enfoque pedagógico de una sesión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ÁREA DE FORMACIÓN Y EDUCACIÓN EN VALORES

1.Las emociones en el deporte
1.- Emociones antes de competir
2.Aspectos psicológicos a considerar en el fútbol base
1.- Motivación
2.- Autoconfianza
3.- Concentración
3.Metas y objetivos en el fútbol base
1.- Diseño de un sistema de establecimiento de metas
2.- Conseguir metas
4.Formación en valores
1.- Influencia entre los jugadores
2.- Influencia de los amigos, la familia y el ámbito escolar

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ÁREA DE CAPTACIÓN Y SELECCIÓN DE JÓVENES FUTBOLISTAS

1.El talento
1.- Tipos de talentos
2.Detección de talentos
1.- Procedimiento a seguir
2.- Elementos que definen a un jugador con talento
3.- Fases de la detección de talentos
4.- Criterios y test que deben considerarse en la selección de talentos deportivos
3.Evaluación de capacidades en la detección de talentos
1.- Capacidades coordinativas
2.- Capacidad de aprendizaje
3.- Determinantes psicológicos, cognitivos y sociológicos

- 4.- Factores de corrección a tener en cuenta

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ÁREA TÉCNICA DE FORMACIÓN DEPORTIVA

1. Figuras que componen el área
   - 1.- Director deportivo
   - 2.- Coordinador
   - 3.- Entrenador de fútbol
2. Competencias que se buscan en el entrenador
3. Métodos de enseñanza
   - 1.- Clasificación de los métodos
   - 2.- Estrategia en la práctica
   - 3.- Técnicas de enseñanza
4. Los estilos de enseñanza

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ÁREA DE PREPARACIÓN FÍSICA

1. Figura del preparador físico/readaptador
   - 1.- Funciones del preparador físico según Seirul-lo
2. El ejercicio físico
   - 1.- Efectos fisiológicos en niños y adolescentes
   - 2.- Fases del ejercicio
3. Metodología para la preparación física en fútbol de base
   - 1.- Calentamiento
   - 2.- Entrenamiento físico
   - 3.- Vuelta a la calma
   - 4.- Entrenamiento de recuperación y regeneración

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ÁREA SANITARIA

1. Área de medicina deportiva
   - 1.- Objetivos de la medicina deportiva
   - 2.- Funciones del médico deportivo
2. Área de fisioterapia deportiva
   - 1.- Figura del fisioterapeuta
3. Área de psicología deportiva
   - 1.- Relación de la Psicología con la Psicología del Deporte
   - 2.- Funciones de la psicología del deporte
   - 3.- La Psicología del Deporte en la actualidad

UNIDAD DIDÁCTICA 9. NORMATIVA

1. Reglamento sobre Estatuto y Transferencia de Jugadores
   - 1.- Ámbito de aplicación
   - 2.- Estatuto de jugadores: jugadores aficionados y profesionales
   - 3.- Reasunción de la calidad de aficionado
   - 4.- Cese de actividades

5.- Inscripción de jugadores
6.- Periodos de inscripción
7.- Pasaporte del jugador
8.- Solicitud de inscripción
9.- Certificado de transferencia internacional
10.- Préstamo de profesionales
11.- Jugadores no inscritos
12.- Cumplimiento de sanciones disciplinarias
13.- Cumplimiento de contratos
14.- Rescisión de contratos por causa justificada
15.- Rescisión de contratos por causa deportiva justificada

2.Protección de menores
1.- Inscripción y notificación de la presencia de menores de edad en academias
2.- Indemnización por formación
3.- Mecanismo de solidaridad

# PARTE 5. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1.Las PYMES como organizaciones
2.Liderazgo
3.Un nuevo talante en la Dirección

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1.Introducción
2.Utilidad del Plan de Empresa
3.La introducción del Plan de Empresa
4.Descripción del negocio. Productos o servicios
5.Estudio de mercado

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1.Plan de Marketing
2.Plan de Producción

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

1.Infraestructura
2.Recursos Humanos
3.Plan Financiero
4.Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto

5.Estructura legal. Forma jurídica

# PARTE 6. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

## MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1.Introducción
2.Concepto de planificación de Recursos Humanos
3.Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4.Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5.Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6.El caso especial de las Pymes
7.Modelos de planificación de los Recursos Humanos

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1.Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2.Marketing de la formación

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1.Introducción
2.Comunicación interna
3.Herramientas de comunicación
4.Plan de comunicación interna
5.La comunicación externa
6.Cultura empresarial o corporativa
7.Clima laboral
8.Motivación y satisfacción en el trabajo

## MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

1.El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
2.Tiempo de trabajo
3.Las Empresas de Trabajo Temporal (ETT)

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1.Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
2.Contratación de personas con discapacidad
3.Modificaciones de las condiciones del contrato de trabajo

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL. RÉGIMEN GENERAL

1.Introducción. El Sistema de la Seguridad Social
2.Regímenes de la Seguridad Social

3.Régimen General de la Seguridad Social. Altas y Bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS Y COTIZACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

1.El Salario: elementos, abono, SMI, pagas extraordinarias, recibo y garantía
2.Cotización a la Seguridad Social
3.Retención por IRPF
4.Relación de ejercicios resueltos: Bases y tipos de contingencias

# PARTE 7. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

## MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1.Introducción a la contabilidad
2.La dualidad de la contabilidad
3.Valoración contable
4.Anotación contable
5.Los estados contables
6.El patrimonio de la empresa
7.Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

1.Planteamiento caso práctico
2.Balance de situación inicial
3.Registro de las operaciones del ejercicio
4.Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
5.Balance de sumas y saldos
6.Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
7.Asiento de cierre de la contabilidad
8.Cuentas anuales
9.Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

1.Principios de la contabilidad
2.Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1.Diferenciación de pagos y cobros
2.Diferenciación de gastos e ingresos
3.Cuentas del grupo 6 y 7
4.Cálculo del resultado contable
5.Contabilización de los gastos

6.Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1.Definición del inmovilizado
2.Integrantes del inmovilizado material
3.Integrantes del inmovilizado intangible
4.Contabilización del inmovilizado
5.Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1.Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2.Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3.Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
4.Débitos por operaciones no comerciales

# MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1.Introducción
2.El trabajo
3.La salud
4.Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5.La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES

1.Introducción
2.Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
3.Riesgos higiénicos
4.Riesgos ergonómicos
5.Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6.El acoso psicológico en el trabajo
7.El estrés laboral

# PARTE 8. ADMINISTRACIÓN FISCAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

1.El Tributo
2.Hecho imponible
3.Sujeto pasivo
4.Determinación de la deuda tributaria
5.Contenido de la deuda tributaria
6.Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1.Introducción

2.Elementos del impuesto
3.Rendimientos del trabajo
4.Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II
1.Rendimientos de capital inmobiliario
2.Rendimientos de capital mobiliario
3.Ganancias y pérdidas patrimoniales
4.Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
5.Liquidación del impuesto
6.Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO
1.Naturaleza del impuesto
2.Hecho imponible
3.Operaciones no sujetas y operaciones exentas
4.Lugar de realización del hecho imponible
5.Devengo del impuesto
6.Sujetos pasivos
7.Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
8.Base imponible
9.Tipos de Gravamen
10.Deducción del impuesto
11.Gestión del Impuesto
12.Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES
1.Naturaleza y ámbito de aplicación
2.Hecho imponible
3.Sujeto Pasivo
4.Base imponible
5.Periodo impositivo y devengo del impuesto
6.Tipo impositivo
7.Bonificaciones y Deducciones
8.Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
9.Régimen especial de las fusiones y escisiones
10.Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
11.Otros regímenes especiales
12.Gestión del impuesto
13.CURSO 2: MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MÁRKETING DEPORTIVO

# MÓDULO 1. MARKETING ESTRATÉGICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO
1.Procesos de planificación estratégica
2.El papel del marketing en la empresa
3.Análisis de situación y estrategias de marketing
4.La orientación al cliente
UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS
1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3.Las estrategias de cobertura del mercado
4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori
UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA
1.Introducción
2.El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento
UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
1.Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
2.El proceso de la cultura
3.Semejanzas y diferencias de los valores culturales
4.Factores sociológicos de consumo
5.El proceso de decisión del consumidor
UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO
1.Conceptualización del posicionamiento en el mercado
2.Elementos del posicionamiento
3.Estrategias de posicionamiento
4.Fases y mapas de posicionamiento
UNIDAD DIDÁCTICA 6. REPUTACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING
1.Personalidad y estructura de marca
2.Brand equity o el valor de marca
3.Marcas corporativas y marcas producto
4.La imagen como comunicadora
5.Reputación corporativa
UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING
1.Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
2.El diseño del plan de marketing: principales etapas
3.La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
4.Desarrollo del plan de marketing

# MÓDULO 2. COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING (CIM)

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

1.¿Qué es la comunicación?
2.El marketing como raíz de la comunicación digital
3.Otros componentes del marketing
4.Comunicación Integral de Marketing (CIM)

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PROMOCIÓN DE VENTAS

1.Introducción
2.Características y objetivos de la promoción de ventas
3.La estrategia promocional
4.Las tácticas promocionales
5.La promoción de venta online
6.Medición de la eficiencia promocional

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1.Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
2.Causas del desarrollo de las relaciones públicas
3.Técnicas de relaciones públicas
4.Los eventos y las ferias
5.La comunicación en situación de crisis
6.Las relaciones públicas en Internet

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PATROCINIO

1.Concepto, causas y objetivos del patrocinio
2.Tipologías de patrocinios
3.Evaluación de la eficacia y eficiencia del patrocinio

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO

1.El marketing directo en la actualidad
2.Variables del marketing directo
3.La base de datos
4.Medios convencionales para el marketing directo
5.Marketing directo en medios masivos

# MÓDULO 3. MARKETING EN LA GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

1.Definición
2.Utilidades del marketing para las instalaciones deportivas
3.Proceso de marketing y marketing management
4.Marketing y Deporte, una nueva relación

5.Planeación estratégica de las instalaciones deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y MERCADO DEPORTIVO

1.El mercado deportivo
2.Investigación de mercado
3.Política de mercado
4.El producto deportivo
5.El consumidor deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA EN EL ENTORNO DEL MARKETING

1.Conceptualización en torno a la comunicación publicitaria
2.El proceso de comunicación publicitaria en televisión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LA INSTALACIONES DEPORTIVAS

1.Función del marketing en la empresa
2.La dirección de marketing de empresas deportivas
3.El director de marketing como estratega
4.Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE MARKETING

1.Definición y ventajas
2.Características del plan
3.Estructura del plan de Marketing en las Instalaciones deportivas
4.Etapas para elaborar un plan de Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TEORIAS DE LA VENTA

1.Introducción
2.Asistencia al cliente/a
3.Como conseguir la satisfacción del cliente/a

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1.La plataforma comercial
2.Influencias en el proceso de compra
3.Tipología humana
4.Motivaciones psicológicas del consumidor/a

# MÓDULO 4. MARKETING DIGITAL DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1.Las 4F's del Marketing Online

2.Formas del Marketing Online
3.El marketing como filosofía o cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DEPORTIVO
1.Intercambio de bienes deportivos
2.Consumo de espectáculo deportivo
3.Estrategias de marketing de los ofertantes de servicios deportivos
4.Ciclo de vida y especificidad de un servicio deportivo
5.Política de comunicación deportiva

# MÓDULO 5. 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 6. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT & COMMUNITY MANAGEMENT

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1.Primero pasos con Facebook
2.Facebook para empresas
3.Configuración de la Fanpage
4.Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5.Tipo de publicaciones
6.Creación de eventos
7.Facebook Marketplace
8.Administración de la página
9.Facebook Insights

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1.Introducción a Instagram
2.Instagram para empresas
3.Creación de contenido
4.Uso de Hashtags
5.Instagram Stories
6.Herramientas creativas
7.Colaboración con influencers
8.Principales estadísticas

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER

1.Introducción a Twitter
2.Elementos básicos de Twitter
3.Twitter para empresas
4.Servicio de atención al cliente a través de Twitter

5.Contenidos
6.Uso de Hashtags y Trending Topic
7.Twitter Analytics
8.TweetDeck
9.Audiense
10.Hootsuite
11.Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1.Introducción a LinkedIn
2.LinkedIn para empresas
3.Creación de perfil y optimización
4.Grupos
5.SEO para LinkedIn
6.Analítica en LinkedIn
7.LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1.Introducción a Youtube
2.Vídeo Marketing
3.Crear una canal de empresa
4.Optimización del canal
5.Creación de contenidos
6.Gestión de comentarios
7.Youtube Analytics
8.Youtube vs Vimeo
9.Keyword Tool
10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

1.Introducción a Twitch
2.El éxito de Twitch
3.Generar suscriptores en Twitch
4.Contenidos y recomendaciones
5.Twitch e influencers
6.Streamlabs
7.Publicidad en Twitch
8.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1.¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2.Creación de contenido en TikTok
3.Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)

4.El papel del marketing en Tiktok
5.Tiktok e influencers
6.Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1.Introducción a Facebook Ads
2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3.Segmentación: públicos
4.Presupuesto
5.Formatos de anuncios
6.Ubicaciones
7.Administrador de anuncios
8.Seguimiento y optimización de anuncios
9.Power Editor
10.Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

1.Introducción a Instagram Ads
2.Objetivos publicitarios
3.Tipos de anuncios
4.Administrador de anuncios
5.Presupuesto
6.Instagram Partners
7.Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

1.Objetivos publicitarios
2.Audiencias en Twitter
3.Tipos de anuncios
4.Administrador de anuncios
5.Creación de campañas y optimización
6.Twitter Cards
7.Instalación código de seguimiento
8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1.Introducción a LinkedIn Ads
2.Formatos de anuncios
3.Objetivos publicitarios
4.Creación de campañas
5.Segmentación
6.Presupuesto
7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1.Ventajas de la publicidad en Youtube
2.Youtube y Google Adwords
3.Tipos de anuncios en Youtube
4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5.Creación de anuncios desde Youtube