

Modalidad: curso e-Learning Duración: 120 horas

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

Analizar de manera integral el ecosistema Mobile tanto en su vertiente estratégica como en la vertiente técnica del fenómeno.

## CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TECNOLOGÍAS MÓVILES. TERMINALES, SISTEMAS OPERATIVOS, LOS TABLETS. LA CONVERGENCIA CON EL PC. Introducción a la tecnología móvil Fundamentos básicos de las tecnologías móviles Plataformas y sistemas operativos móviles La convergencia entre sistemas móviles y PC UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING MOBILE: FUNDAMENTOS, VENTAJAS Y POSIBILIDADES. Introducción al marketing Mobile - Marketing Mobile Situación Actua Planificación de la estrategia de comunicación móvil - Ventajas del mobile marketing Recursos útiles UNIDAD DIDÁCTICA 3. MOBILE COMMERCE: MONETIZACIÓN A TRAVÉS DE TERMINALES MÓVILES. Sistemas y métodos de pago móviles Compras dentro de las aplicaciones NFC Near Field Communication, tecnología de comunicación inalámbrica de corto alcance y alta frecuencia UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICAS Y ANALÍTICA PARA EL M-BUSINESS TOTAL. ¿Qué es la Analítica Web? Marcar Objetivos y Medirlos UNIDAD DIDÁCTICA 5. APPS EMPRESARIALES TOTAL. APPS Empresariales UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA MOBILE Y GEOPOSICIONAMIENTO. El uso de las redes sociales en móviles y Smartphones Herramientas sociales Aplicaciones útiles al alcance de todos Principales Redes Sociales y líneas futuras UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES. Diferentes tipos de aplicaciones UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMPRENDIMIENTO EN NEGOCIOS MOBILE. Emprendimiento en negocios mobile

