

Marketing digital para todos

Duración: 60 h

Objetivos

Esta formación consiste en dominar técnicas de marketing 2.0 para potenciar la reputación online y presencia web de las organizaciones. Se identifican tecnologías web 2.0, sus ventajas/desventajas, medios publicitarios tradicionales y digitales, así como el potencial del email marketing y campañas virales para impulsar ventas. Además, se abordan estrategias de posicionamiento SEO/SEM, monitorización en tiempo real de redes sociales, gestión de reputación online y procesos de analítica web para optimizar resultados empresariales.

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Introducción a la tecnología web 2.0

Introducción.

Nacimiento de la web 2.0.

Intercreatividad y web 2.0.

Mapa de aplicaciones.

Evolución de la radio con las tecnologías 2.0.

Tecnologías 2.0 aplicadas a la empresa.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Más allá del banner

Introducción.

La publicidad tradicional.

El crash de las .com.

Marca comercial.

Publicidad en medios tradicionales.

Internet como medio de comunicación.

Nueva generación de publicidad en internet.

Diez reglas para realizar marketing a través de internet.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Email marketing, un arma de doble filo

Introducción.

Email marketing.

Email marketing frente a marketing tradicional.

Diferencia entre email marketing y spam.

Análisis de las estadísticas en los envíos.

Errores en las campañas de email marketing.

Cómo sacar el máximo provecho de tus campañas de email marketing.

SEM o marketing en buscadores.

Email marketing y redes sociales.

Marco jurídico.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Eligiendo las palabras adecuadas

Introducción.

Marketing.

Aprovechamiento de los buscadores con fines de marketing.

Consejos de posicionamiento en buscadores.

¿Qué estrategia seguir?

Eligiendo las palabras clave adecuadas.

Errores comunes.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. Escuchar a los Social Media

Introducción.

El concepto de marketing e internet.

¿Qué es el Social Media Marketing?

¿Cómo lograr Marketing Social Media?

¿Cómo calcular el ROI en Social Media Marketing?

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. Viralizar el mensaje

Introducción.

La campaña de marketing viral.

Los seis principios del marketing viral.

Principales elementos de una campaña viral.

El cómo del mensaje.

Medios interactivos.

Las redes sociales y la campaña viral.

Ventajas y aspectos comunes de la publicidad viral.

Inconvenientes en la publicidad viral.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. Gestionar la reputación online

Introducción.

La reputación online.

Las redes sociales como arma de doble filo.

La reputación es vital.

La información vuela en la red, nuestra reputación también.

¿Cómo construir una reputación online de la empresa?

Consejos.

Medir la reputación social.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. Analítica web

Introducción.

¿Cómo hacer un análisis web?

Herramientas de medición web.

¿Qué se consigue con el concepto de analítica web?

Redes sociales y analítica web.

Agencias de medios y analítica web.

El analista web, un nuevo perfil profesional.

Analítica web para los medios de comunicación.

El futuro de la analítica web.