

Acción
Formativa

Área

Modalidad

Duración

01

Marketing

Teleformación

90 hrs.

A quien va dirigido

Este curso está pensado para profesionales que desean aumentar sus competencias en el entorno de Marketing 2.0, especialmente enfocado para autónomos, directivos de empresas de comercialización, responsable de comunicación y marketing, responsables y técnicos de organizaciones de cualquier sector y ejecutivo de agencias de comunicación y marketing.



Objetivos

Capacitar a autónomos, empresarios, directivos y profesionales del marketing para que incorporen la Web 2.0 y las Redes Sociales en sus estrategias de comunicación y promoción de productos, servicios y marcas.

Los **objetivos específicos**:

- Comprender las implicaciones que tienen las nuevas tecnologías de la comunicación para empresas y autónomos.
- Entender las nuevas formas de relacionarse y comunicar en Internet.
- Aprender a desarrollar una estrategia de Social Media Marketing.

1

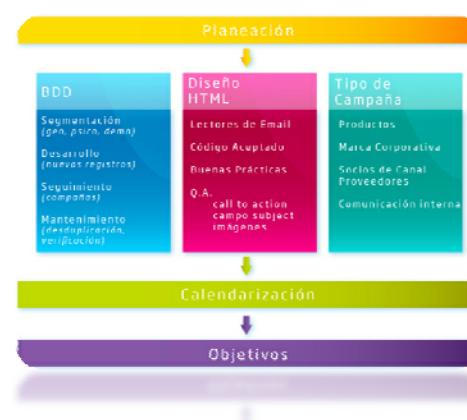
Contenidos Interactivos

El aprendizaje combinará las explicaciones teóricas con los ejemplos prácticos, con videos, imágenes,..... que ayudarán a afianzar lo estudiado.

Al finalizar cada unidad se encuentra un resumen de contenidos gráficos, para facilitar la identificación y recuerdo de los conceptos más importantes.

Las actividades serán de dos tipos: de corrección automática, que te permitirán al instante saber si has contestado correctamente; y preguntas abiertas, en las que el tutor te corregirá de forma personalizada.

Está dinámica colaborativa e interactiva es la clave para conseguir un aprendizaje significativo.



Acción
Formativa

Área

Modalidad

Duración

01

Marketing

Teleformación

90 hrs.

Programa del curso

Los contenidos se organizan en **8 unidades**:

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA 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

UNIDAD 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

2

UNIDAD 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 de 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.

3

UNIDAD 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 claves adecuadas
- Errores comunes

**UNIDAD 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?
- Ejemplos de empresas

UNIDAD 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.

4

UNIDAD 7: GESTIONAR LA REPUTACIÓN ON LINE

- Introducción
- La reputación on line
- 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 on-line de la empresa?
- Consejos
- Medir la reputación social

**UNIDAD 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
- Publicidad on line y analítica web
- El analista web, un nuevo perfil profesional
- Analítica web para Medios de Comunicación
- El futuro de la Analítica web

Acción Formativa	Área	Modalidad	Duración
01	Marketing	Teleformación	90 hrs.

Evaluación

La evaluación se realizará mediante **exámenes** tipo test que te proporcionarán un feedback inmediato, para conocer si tus respuestas son correctas o no.

Además el curso ofrece el seguimiento tutorizado y contacto personalizado por:

- Vía correo electrónico o teléfono con los alumnos para la resolución de las cuestiones planteadas.
- Vía foro y/o tablón personal con el fin de constatar la evolución y entendimiento de la materia por parte del alumno.

Para la evaluación final se considerarán los resultados de los exámenes y de los ejercicios complementarios propuestos.

Cuadro Docente

Titulados Universitarios con formación metodológica y experiencia docente. Apoyados por un departamento de pedagogía altamente cualificado y actualizado.

5

Competencias Adquiridas

Conocerás las claves para crear interacciones fuertes entre la empresa y tus clientes.

Conseguirás habilidades y experiencia para dar notoriedad a tu imagen de marca y posicionarla en el nicho de mercado más exitoso para tu negocio.

La adquisición de estos nuevos conocimientos técnicos y herramientas, directamente relacionados con todo lo que engloba el mundo web, te permitirá hacer campañas online más efectivas, con la mayor visibilidad posible de tu página web en Internet además de poder potenciar la vigilancia de tu marca.

Te recomendamos... cursos relacionados

- Curso de Venta On Line.
- Aplicación Técnicas de Venta.
- Organización de los Procesos de Venta.