

DESCRIPCIÓN

Conozca las últimas técnicas y metodologías para utilizar el marketing aprovechando las tecnologías de la información y redes sociales.

OBJETIVOS

- Conocer las modalidades de promoción online, el marketing viral, el trade marketing, etc. - Aprender cómo funciona el marketing de buscadores - Conocer cómo funciona el marketing en medios sociales - El marketing y las redes sociales como Facebook, Tuenti, Twitter, etc - Aprender sobre los Blogs y el marketing - Conocer qué son las comunidades sociales, el Community Manager, sus herramientas, etc. - Conocer cómo funciona la sindicación de contenidos - Uso del marketing móvil y la televisión digital - Aprenda los requisitos legales, las amenazas de seguridad y las protecciones al fraude

CONTENIDOS

UNIDAD 1: HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE - Cómo hacer una campaña publicitaria On Line - Otras Modalidades de Promoción Online - Campañas de video marketing - E-mail Marketing - Personalización de la oferta y Permission marketing - Permission Marketing - Marketing Viral - Marketing de afiliación - Qué es Trade Marketing - Indicadores clave de desempeño (KPI) - Indicadores clave de desempeño (KPI) - II - Autopráctica - Procedimientos de Captación de Clientes - Test Unidad 1

UNIDAD 2: MARKETING DE BUSCADORES - Cómo funciona el marketing de buscadores - Diferencia entre posicionamiento natural y publicar... - Búsqueda Orgánica o SEO - Cómo funciona el algoritmo de Google - Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google - Video 102: Relevancia del contenido - Video 103: Eligiendo palabras objetivo - Video 104: La importancia de los enlaces entrantes - Video 101: Normas de calidad de contenido de Google. ... - Video 105: Técnica para conseguir ser enlazado - Video 106: La importancia de las palabras de enlace - Video 108: Enlaces y textos de enlaces III - Video 109: Enlaces internos - Video 110: Presentación del contenido. La importancia... - Video 111: Densidad de página y densidad de keyword (... - Video 112: Utilización de etiquetas de clasificación ... - Video 113: Equilibrio código/contenido. Maquetación ... - Video 114: Uso de Frames - Video 115: Redirects - Video 116: Enlaces Javascript y Flash - Video 117: Cloacking o páginas exclusivas para buscad... - Video 118: Comandos útiles de Google - SEM y Google Adwords - Video 119: Posicionamiento publicitario y pago por cl... - Video 120: Compra de palabras clave y SEM - Video 121: Google Adwords - Video 122: Publicidad basada en resultados - Herramientas de Monitorización SERP - Video 125: Google Trends - Google Trends - Autopráctica Google Trends - Video 123: Informes de Google - Video 124: Google analytics - Google Analytics - Medir y Analizar Resultados - Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics - Autopráctica - KPIs - Autopráctica - KPIs II - Test Unidad 2

UNIDAD 3: SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION) - El Origen de los Medios Sociales - Tipos de Medios Sociales - Marketing en Medios Sociales - El Plan de Medios Sociales - Estrategias de Social Media - Campañas en Medios Sociales - Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales - El Crowdsourcing - Medición de Resultados de un Social Media Plan - Autopráctica: Desarrollo del Plan de Medios Social - Analítica Social y Estrategia - Analítica Social y Estrategia: Objetivos - I.- IOR: Impact of Relationship - II.- IOR: Impact of Relationship - Autopráctica: Análisis de una medición de Social Media - Test Unidad

UNIDAD 4: REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING - I.- Tipos de Redes Sociales - II.- Tipos de Redes Sociales - ¿Por qué hacer marketing en Redes Sociales? - El Marketing Viral y las Redes Sociales - La publicidad en las Redes Sociales - Facebook - Tuenti - Twitter - Youtube - Falta - LinkedIn y Xing - MySpace y Las Redes Sociales Profesionales - Redes Sociales Profesionales en España - Falta - Flickr - Otras Redes Sociales Importantes - Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales (I) - Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales (II) - Geolocalización en las Redes Sociales - Autopráctica: Vincular un site con las redes sociales - Test Unidad 4

UNIDAD 5: LOS BLOGS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING - Los Blogs como herramienta de marketing - Mis primeros pasos con el Blog - Los factores del éxito en los Blogs - Microblogging - Relaciona Conceptos 1 - Relaciona Conceptos 2 - Yammer y las Wikis - Autopráctica: Blogs como herramienta de promoción

UNIDAD 6: Comunidades virtuales y el Community Manager - Las Comunidades Virtuales - Perfil y Habilidades del Community Manager - Funciones, Tareas y Responsabilidades del Community M... - Las 7 "C" del Community Management - Herramientas del Community Manager - Autopráctica: Análisis de la actividad de un CM - Test Unidad 6

UNIDAD 7: SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING - Sindicación de Contenidos - ¿Por qué y cómo usar RSS? - ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS? - Cómo reunir los Feeds RSS - PodCasting - Radar de Noticias Personales - Lifestreaming - Crear nuestro propio Feed RSS - Directorios RSS - Autopráctica: Podcast - Autopráctica: RSS - Video aa: paracopiar - Test Unidad 7

UNIDAD 8: MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND - Falta - Conexiones a internet a través de móvil - Marketing Móvil - Formas de conectarse a Internet a través del móvil - Otras aplicaciones de marketing móvil - Formatos estándares en Internet Móvil (I) - Formatos estándares en Internet Móvil (II) - 10 Consejos para una estrategia de Marketing Movil - Televisión Digital - Televisión por Internet - Autopráctica - Televisión digital y SMS - Test Unidad 8

UNIDAD 9: ASPECTOS LEGALES, INSTITUCIONALES Y DE SEGURIDAD - Requisitos que deben cumplir los sitios web - Limitaciones y restricciones por Leyes - Condiciones generales de contratación - Adaptación a la LOPD - Video 126: Aspectos de Seguridad - Video 127: Amenazas a la Seguridad - Tipos de Fraude - Protección contra el fraude - Mejoras deseadas en la Protección contra fraude - Autopráctica - Aspectos Legales de la Contratación - Test Unidad 9