

Marketing digital para todos

60 Horas

Objetivos:

Aprende por fin los conceptos básicos del marketing digital, sin tecnicismos y para cualquier persona con unos mínimos conocimientos tecnológicos.

Empezaremos con la revolución que fue la web 2.0 y nos adentraremos en el email marketing, las palabras clave, el social media marketing, las campañas virales, la reputación online y finalmente el análisis de la web.

Contenidos:

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.