

Curso de Gestión del Marketing 2.0

Objetivos: Con este curso se pretende mostrar una guía práctica y mejorar las competencias profesionales para destacarse en el medio competitivo del Marketing digital. El objetivo es ayudar a utilizar las técnicas de marketing 2.0, y reconocer sus aplicaciones en la reputación y presencia web.

Dirigido a: Pequeñas y medianas empresas, gerentes y directores o responsables comerciales y/o marketing. Gestores de comercios, autónomos y emprendedores.

Certificado: Al finalizar el curso, los alumnos que lo hayan completado recibirán el certificado correspondiente.

Inscripción: A través de la web esquio.es/formacion-ticempresas/ o en el mail formacion@esquio.es

Modalidad: Online. Convocatoria abierta.

Duración: 50 horas.

Precio: 420€

Más información:

Formación Esquío Ingeniería
Rúa Marín 30, 1ª Planta, OF8
36209 Vigo (Pontevedra)

Tlf.: 986 168 332

info@esquio.es

www.esquio.es

Nota: Esquío ingeniería S.L. se reserva el derecho a cancelar el curso de no haber inscripciones suficientes.

Contenido:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA WEB 2.0.

- 1.1 Nacimiento de la Web 2.0.
- 1.2 Intercreatividad y Web 2.0.
- 1.3 Evolución de la radio con las tecnologías 2.0.
- 1.4 Tecnologías 2.0 aplicadas a la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÁS ALLÁ DEL BANNER.

- 2.1 La publicidad tradicional.
- 2.2 El crash de las .com.
- 2.3 Marca comercial.
- 2.4 Publicidad en medios tradicionales.
- 2.5 Internet como medio de comunicación.
- 2.6 Nueva generación de publicidad en Internet.
- 2.7 Diez reglas para realizar marketing a través de Internet.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EMAIL MARKETING, UN ARMA DE DOBLE FILO.

- 3.1 Email Marketing.
- 3.2 Email Marketing frente a marketing tradicional.
- 3.3 Diferencia entre Email Marketing y Spam.
- 3.4 Análisis de las estadísticas de los envíos.
- 3.5 Errores en las campañas de Email Marketing.
- 3.6 Cómo sacar el máximo provecho de tus campañas de Email Marketing.
- 3.7 SEM o marketing en buscadores.
- 3.8 Email Marketing y redes sociales.
- 3.9 Marco jurídico.
- 3.10 Herramientas de email marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELIGIENDO LAS PALABRAS ADECUADAS.

- 4.1 Marketing.
- 4.2 Aprovechamiento de los buscadores con fines de marketing.
- 4.3 Consejos de posicionamiento en buscadores.
- 4.4 ¿Qué estrategia seguir?
- 4.5 Eligiendo las palabras claves adecuadas.
- 4.6 Errores comunes.
- 4.7 Herramientas SEO para elegir tus palabras clave

Curso de Gestión del Marketing 2.0

Contenido:

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESCUCHAR A LOS SOCIAL MEDIA.

- 5.1 El concepto de marketing e Internet.
- 5.2 ¿Qué es el social media marketing?
- 5.3 ¿Cómo lograr marketing social media?
- 5.4 ¿Cómo calcular el ROI en social media marketing?
- 5 pasos para calcular el ROI
- 5.5 Ejemplos de empresas.
- 5.6 Herramientas para publicar automáticamente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. VIRALIZAR EL MENSAJE.

- 6.1 La campaña de marketing viral.
- 6.2 Los seis principios del marketing viral.
- 6.3 Principales elementos de una campaña viral.
- 6.4 El cómo del mensaje
- 6.5 Medios interactivos.
- 6.6 Las redes sociales y la campaña viral.
- 6.7 Ventajas y aspectos comunes de la publicidad viral
- 6.8 Inconvenientes en la publicidad viral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIONAR LA REPUTACIÓN ON-LINE.

- 7.1 La reputación on-line
- 2.7 Las redes sociales como arma de doble filo.
- 7.3 La reputación es vital
- 7.4 La información vuela en la Red, nuestra reputación también.
- 7.5 ¿Cómo construir una reputación on-line de la empresa?
- 7.6 Consejos.
- 7.7 Medir la reputación social

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB.

- 8.1 ¿Cómo hacer un análisis web?
- 8.2 Herramientas de medición web
- 8.3 ¿Qué se consigue con el concepto de analítica web?
- 8.4 Redes sociales y analítica web.
- 8.5 Agencias de medios y analítica web.
- 8.6 Publicidad on-line y analítica web.
- 8.7 El analista web, un nuevo perfil profesional
- 8.8 Analítica web para medios de comunicación.
- 8.9 El futuro de la analítica web
- 8.10 Herramientas para la analítica web en redes sociales

