



MARKETING DIGITAL 2.0 Y SOCIAL MEDIA

GEUPSA013

Certificado académico emitido por el Instituto de Ciencias
de la Educación de la Universidad Pontificia de Salamanca
(300 horas - 30 créditos)

DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre Marketing Digital 2.0 y Social Media y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Para alcanzar el nivel deseado de visibilidad en Internet, es necesario disponer de una correcta estrategia online que consiga integrar en Internet todos los procesos publicitarios y comerciales de su negocio. Aquí es donde entra en juego el posicionamiento. Cuando hablamos de posicionar correctamente un sitio web, se está aludiendo al posicionamiento de palabras claves, a los términos que buscarán los potenciales clientes. Además, el curso dotará al alumno de los conocimientos para poder aplicar los métodos existentes en relación a la promoción web haciendo uso de diversas herramientas Web 2.0 y Medios Sociales.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
300H



MODALIDAD
A DISTANCIA / ONLINE

*Ambas modalidades incluyen módulos con clases en directo



CURSO INICIAL
ONLINE



TUTORIAS
PERSONALIZADAS



IDIOMA
CASTELLANO



DURACIÓN
HASTA UN AÑO

*Prorrogable



IMPORTE

VALOR ACTUAL: 690€

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios, el alumno recibirá un diploma que certifica que ha superado con éxito “MARKETING DIGITAL 2.0 Y SOCIAL MEDIA” de Grupo Esneca Formación. Nuestro centro de estudios está avalado por nuestra condición de socios de la CECAP y la AEEN, máximas instituciones españolas en formación y calidad.

Además, el alumno también recibirá un Certificado Académico emitido por el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Pontificia de Salamanca que certifica que ha cursado y finalizado el curso "**MARKETING DIGITAL 2.0 Y SOCIAL MEDIA**" con una carga lectiva 300 horas y 30 créditos.

CONTACTO DE INTERÉS



info@gruposneca.com



www.gruposneca.com

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

1. Introducción al Marketing online
 - Internet como canal de comunicación
 - Conceptualización del marketing online
 - Comparativa frente al marketing tradicional
 - Características del marketing online
2. Fundamentos del marketing online
3. Implementar la estrategia de marketing online
4. Niveles de acercamiento al marketing online
5. Modelos de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB

1. Elementos del entorno web: sitio y páginas
2. HTML: el lenguaje web
3. Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
4. Plataformas más comunes
5. Conceptos sobre servidores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción al comercio electrónico
2. Tipos de comercio electrónico
 - B2C
 - B2B
 - Otros
3. Objetivos y estrategias
4. Venta de productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB

1. Introducción al posicionamiento Web
2. ¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
3. Posicionamiento natural y posicionamiento patrocinado
4. Palabras más buscadas
 - Formas de búsqueda del usuario
 - Sitios o palabras a la hora de posicionar
 - Etapas de recolección de palabras clave
 - Herramientas para las palabras clave
 - Escogiendo las palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

1. Motores de búsqueda
 - Tipos de motores de búsqueda
 - Funcionamiento de los buscadores
 - Principales buscadores del mundo
2. Introducción al posicionamiento SEO
3. Funciones del posicionamiento SEO

- Funciones del SEO Manager
4. Herramientas SEO
 5. Planificación de una estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

1. Técnicas SEO on-page
 - Estructura del Sitio web
 - Landing Page
 - Maquetación en HTML5
 - Maquetación en CSS3
 - Creación de metas
 - Modificación en código
 - Creación de URL friendly dinámicas
 - Vínculos internos y externos
 - Densidad de palabras
2. Técnicas SEO off-page
 - Link Baiting
 - Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)
 - Creación de enlaces en Redes Sociales
 - Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
3. Técnicas SEO avanzadas
 - La semántica y el Social Media como protagonistas
 - Rich Snippets
 - Microdatos y microformatos
 - Schema, RDFa y Open Graph

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)

1. Introducción a la publicidad en buscadores
2. Conceptos clave
3. Inversión en anuncios publicitarios
 - Ubicación de los anuncios
 - Creación del anuncio
 - Número uno en el ranking
4. Principales plataformas del marketing en buscadores
5. Google AdWords
 - Iniciar cuenta en Google AdWords
 - Creación de campañas para el buscador Google
6. Bing Ads
 - Iniciar sesión en Bing Ads
 - Crear una campaña nueva en Bing Ads
7. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS

1. KeyWords Hunting: selección de palabras clave
 - Claves de la elección de palabras clave
 - Nivel de competencia de cada palabra clave
 - KeyWords: Long Tail
 - KeyWords: genéricas
2. Herramientas de búsqueda de palabras clave

- Google Keyword Planner
- Google Trends
- Google Suggest
- SEMrush
- SISTRIX

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1. Inbound Marketing
2. Introducción al Marketing de Contenidos
3. Redacción de contenido en Internet orientado a SEO
4. Estructura del contenido
5. Técnicas para generar contenido
6. Marketing de contenido visual
7. Marketing de Contenidos para mejorar la imagen de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO

1. ¿Qué es Black Hat SEO?
2. White Hat SEO
3. Riesgos del uso de Black Hat SEO
4. Técnicas Black Hat SEO
5. Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
6. Informe de Acciones manuales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN SOCIAL MEDIA

1. Introducción al Plan Social Media
2. Principales plataformas Social Media en España
3. Profesionales de las redes sociales
 - Community Manager
 - Record Manager
 - Social Media Planner
 - Social Media Marketing (SMM)
 - Social Media Optimization (SMO)
4. Factores a medir en Social Media para conocer la eficacia
5. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
6. Cómo crear un Social Media Plan para el Negocio
7. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

PARTE 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA

1. Definición de la Web 2.0
2. Tipos de redes sociales
3. Importancia actual del social media
4. El prosumer
5. Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager

4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, TWITTER Y LINKEDIN

1. Red social generalista: Facebook
2. 2. Microblogging: Twitter
3. 3. La red social de los profesionales y reclutamiento: LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST

1. El poder del vídeo: Youtube
2. Imagen y branding: Instagram
3. Red de nicho: Pinterest

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN

1. Elección de canales
2. Planificación de la estrategia
3. El contenido es el rey
4. Social Media Engagement
5. ORM: Online Reputation Management

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Social Listening
2. Uso de chatbots en Facebook Messenger
3. Instagram Direct y gestión de comentarios
4. Twitter como canal de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS

1. Definición y funciones del blog
2. Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
3. Configuración inicial de Wordpress
4. Páginas de WordPress
5. Diseño del blog
6. Publicación de contenidos
7. Gestión de comentarios
8. Plugins para optimizar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO

1. Herramientas básicas
2. Herramientas de gestión
3. Herramientas de multiposting
4. Herramientas de gestión integral
5. Herramientas de monitorización integral

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA

1. Facebook Insights
2. Estadísticas de Instagram
3. Twitter Analytics
4. Analítica en LinkedIn
5. Youtube Analytics