

ESPECIALISTA EN WEBMARKETING: GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DIGITALES PARA LA EMPRESA

SKU: EVOL-3538-iNO-B | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Comercio y Marketing](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [200](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Especialista en WebMarketing: Gestión de Estrategias Digitales para la Empresa

Objetivos

En los últimos años el marketing se ha convertido en una disciplina con una enorme relevancia en la gestión empresarial en general, y en la definición de estrategias empresariales en particular. En el ámbito del marketing y la comunicación, las nuevas herramientas y medios de comunicación como Internet, las redes sociales, el comercio electrónico, etc. han demostrado ofrecer un gran potencial dentro de la estrategia empresarial, y más concretamente como parte de las estrategias digitales. Este curso de web marketing pone a tu disposición los conocimientos y competencias profesionales adecuadas para gestionar el Departamento de Marketing de todo tipo de empresas en las que se desarrolle una estrategia en el entorno online o digital.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales



2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BUSCADORES SEO

1. Introducción al SEO/SMO
2. Principales características de GOOGLE
3. Algoritmos de GOOGLE
4. ¿Cómo funciona Google?

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PALABRAS CLAVE

1. ¿Qué son las palabras clave?
2. Definiendo las palabras clave
3. Creando palabras clave
4. Monitorizando resultado de palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GOOGLE ANALYTICS

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Como funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?
8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos



11. Eventos
12. Porcentaje de abandono
13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics
20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FUNCIONES BÁSICAS DE GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a las funciones de Analytics
2. Nociones básicas de Google Analytics
3. Añadir anotaciones en gráficos
4. Comparación de periodos
5. Exportar Informes
6. Añadir métricas a un gráfico
7. Crear, editar y eliminar segmentos
8. Crear un nuevo panel
9. Añadir un Widget al Panel
10. Tiempo real
11. Tipos de informes de Google Analytics: diagramas animados, gráfico por hora, día, semana, mes, etc?
12. Configuración del envío automático de informes
13. Audiencia
14. - Visión general
15. - Datos demográficos
16. - Intereses
17. - Información geográfica
18. - Comportamiento
19. - Tecnología
20. - Móvil
21. - Personalizado
22. - Comparativas
23. Enlazar cuenta de Google AdWords con Google Analytics
24. AdWords



Si te gustó este curso también te puede gustar [Marketing Orientado a la venta](#)

O quizá este: [NEUROMARKETING](#)

Síguenos en [Instagram](#)

