MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA

SKU: EVOL-3556-VNO-B | **Categorías:** INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES, Redes Sociales

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	250
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Diferenciar los distintos tipos de marketing en internet, tales como el marketing OnetoOne, de permiso, de atracción, de retención y de recomendación.
- Identificar y analizar al usuariopara poder adaptar el producto o el servicio.
- Conocer las estrategias CRM y las ventajas del marketing digital.
- Conocer las estrategias de marketing digital y los distintos tipos de comercio electrónico, así como reconocer las herramientas estratégicas que pueden emplearse.
- Identificar las estrategias de posicionamiento SEO y SEM y conocer sus diferencias.
- Conocer las principales redes sociales y estrategias de marketing que se pueden llevar a cabo.
- Analizar las características de las campañas de comunicación y publicidad online para poder adaptarse de forma eficaz a los posibles compradores.
- Diferenciar entre web 2.0 y Branding 2.0.
- Conocer las características, perfiles y tipos de redes sociales.
- Distinguir entre las RRSS generalistas, profesionales, microblogging y de contenidos.
- Estudiar las RRSS de contenidos: Youtube e Instagram.
- Conocer las características, tipología, formatos, tipos de entradas y su estructura de un post en un blogs.
- Diferenciar entre los dos gestores de blogs más utilizados: Blogger y WordPress.
- Identificar las dos modalidades de foros online y offline, y sus ventajas y desventajas asociadas.
- Diferenciar entre Social Media Manager y Community Manager.
- Evitar caer en los errores que pueden producir los medios sociales
- Conocer el código deontológico del profesional del Social Media.
- Estudiar las herramientas del Community Manager.
- Conocer el significado del Plan Social Media (PSM).
- Identificar los diferentes planes que confluyen en el PSM.
- Diferenciar entre las cuatro fases del PSM: Análisis, Planificación, Implementación y Análisis y Monitorización.
- Conocer la importancia del posicionamiento web e identificar las características de un posicionamiento patrocinado.

- Ampliar conocimientos sobre el SEO y el trabajo SEO.
- Analizar los objetivos y acciones necesarias para llegar a un buen posicionamiento web. " •
- Conocer el impacto que la publicidad tiene en la sociedad.
- Tomar consciencia de la aparición del fenómeno 2.0 así como nuevas herramientas útiles para llegar al consumidor.
- Ampliar conocimientos sobre la personalidad y características del nuevo consumidor.
- Realizar una investigación de reputación
- Conocer los tipos de contenidos publicitarios
- Saber en qué consiste la función del community management
- Aprender estrategias para la creación de contenidos

Contenidos

Estrategia de Marketing digital
UD1. Introducción al marketing digital en la empresa
UD2. Análisis y herramientas estratégicas del marketing digital
UD3. Marketing y comunicación online
Redes y Medios Sociales
UD1. Redes sociales
UD2. Blogs y foros
UD3. Social Media Manager VS Community manager
UD4. Social Media Plan
SEO y SEM
UD1. Posicionamiento y SEO
UD2. Fijando objetivos
Mobile Marketing
UD1. Introducción al mobile marketing
UD2. Marketing y comunicación móvil
Reputación online
UD1. Introducción a la reputación online
UD2. Construyendo la reputación digital
UD3. El Plan de reputación digital
UD4. Protegiendo la reputación digital