

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CS3303-N

Nombre: MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA

Duración: 300 horas

Modalidad: Teleformación

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 usuario para 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. " o 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

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Referencia: ONV2CS3303-N

Nombre: MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA

Duración: 300 horas

Modalidad: Teleformación

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