



COMM030PO. Marketing on line en el sector de la consultoría

Sku: PS796

Horas: 30

OBJETIVOS

Integrar el marketing on line en una consultora y aprovechar todo su potencial en la estrategia de social media marketing.

CONTENIDOS

1.INTRODUCCIÓN AL MARKETING EN INTERNET 1.1. Evolución de la web: desde la web 1.0 hasta la web 3.0. 1.2. La era de la web social (web 2.0). 1.3. Cambio de paradigma: de la pasividad a la participación del usuario. **2. EL MARKETING ON-LINE EN EL SECTOR DE LA CONSULTORÍA** 2.1. Definición y Estrategias de marketing Digital. 2.2. El Marketing de Resultados. 2.2.1. Marketing en Buscadores: PPC vs. SEO vs. SEM. 2.2.2. Redes de Afiliados. 2.3. Brand Marketing. 2.4. Social Media Marketing. 2.5. La función del Community Manager. 2.6. Blogging corporativo. 2.7. Buzz y viral marketing. 2.8. Análisis y Medición de Resultados. Bienvenidos a la analítica web y la Gestión de clientes. **3. LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0** 3.1. Tipologías de los Medios Sociales relacionados con el sector. 3.2. Herramientas web 2.0 para promocionar e incrementar la visibilidad de un negocio en Internet. 3.3. Análisis de experiencias empresariales y ejemplos que utilizan correctamente estas herramientas en su estrategia de marketing. **4. SOCIAL MEDIA MARKETING** 4.1. ¿Por qué el SMM? 4.2. Posibilidades y dificultades de Social Media Marketing. 4.3. Factores Clave del SMM. 4.4. Introducción al SMO (Social Media Optimization). 4.5. Estrategias de Social Media. 4.6. El papel de la empresa y del nuevo consumidor. **5. PROYECTO PRÁCTICO: CONTENIDOS PRÁCTICOS** 5.1. Creación y diseño de nuestra propia estrategia de Social Media Marketing