



COMM049PO. Técnicas de marketing online, buscadores, social media y móvil.

Sku: 51825IN

Horas: 90

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Diferenciar las modalidades de marketing y promoción online, el marketing viral, el trade marketing, etc., así como el proceso de funcionamiento del marketing en buscadores y medios sociales, y aplicaciones de marketing para móviles.
- Conocer aspectos básicos de herramientas y estrategias de marketing online.
- Reconocer cómo las características del marketing en buscadores pueden ayudar a las empresas a conseguir sus objetivos generales de marketing.
- Profundizar en el mundo del social media y comprender cómo pueden sacar provecho de él las empresas.
- Sacar el máximo partido a las ventajas que ofrecen las redes sociales como herramientas de marketing.
- Saber crear un blog y conocer las pautas principales para convertirlo en una herramienta de marketing exitosa.
- Llevar a cabo la sindicación de contenidos para impulsar el marketing digital de una empresa.
- Comprender la importancia del mobile marketing, la televisión digital y el vídeo on demand para el marketing digital de las empresas.

CONTENIDOS

- **Unidad 1. Herramientas del marketing online**
 - Introducción.
 - Cómo hacer una campaña publicitaria online.
 - Aplicaciones de mensajería instantánea.
 - Los leads.
 - Selección de palabras clave.
 - Campañas de videomarketing.
 - E-mail marketing.

- La longitud del asunto en gestores de correo y campañas de e-mail marketing.
- Conseguir contactos y bases de datos para campañas de e-mail marketing.
- Personalización de la oferta y permission marketing.
- Marketing viral.
- Marketing de afiliación.
- Qué es trade marketing.
- Indicadores clave de desempeño (KPI).
- Resumen.

● **Unidad 2. Marketing de buscadores**

- Introducción.
- Cómo funciona el marketing de buscadores.
- Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario.
- Búsqueda orgánica o SEO.
- Cómo funciona el algoritmo de Google.
- Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google.
- Relevancia del contenido.
- Eligiendo palabras objetivo.
- La importancia de los enlaces entrantes.
- Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas.
- Técnica para conseguir ser enlazado.
- La importancia de las palabras de enlace.
- Enlaces y textos de enlaces.
- Enlaces internos.
- Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles.
- Densidad de página y densidad de keywords (keywords density).
- Herramienta para calcular la densidad de palabras clave.
- Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis.
- Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y CSS.
- Uso de frames.
- Redirects.
- Enlaces JavaScript y Flash.
- Cloacking o páginas exclusivas para buscadores.
- Comandos útiles de Google.
- SEM y Google Ads.
- Posicionamiento publicitario y pago por clic.
- Compra de palabras clave y SEM.
- Publicidad basada en resultados.
- Posicionamiento en Google Maps.
- Herramientas de monitorización SERP.
- Google Trends.
- Autopráctica Google Trends.
- Informes de Google.
- Google Analytics.
- Medir y analizar resultados.
- Resumen.

- **Unidad 3. SMO (Social Media Optimization)**

- Introducción.
- El origen de los medios sociales.
- Social media.
- Tipos de medios sociales.
- Marketing en medios sociales.
- El plan de medios sociales.
- Estrategias de social media.
- Campañas en medios sociales.
- Objetivos generales de una campaña en redes sociales.
- El crowdsourcing.
- Medición de resultados de un social media plan.
- Analítica social y estrategia.
- Objetivos.
- IOR.
- Impact of Relationships.
- Resumen.

- **Unidad 4. Redes sociales como herramienta de marketing**

- Introducción.
- Tipos de redes sociales.
- ¿Por qué hacer marketing en redes sociales?
- El marketing viral en las redes sociales.
- La publicidad en las redes sociales. Dónde, cómo y para qué.
- Herramientas para crear y organizar contenido en las redes sociales.
- Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y otras aplicaciones de vídeo y fotografía.
- Redes sociales profesionales en España.
- Otras redes sociales importantes.
- Aplicaciones para la gestión de redes sociales.
- Geolocalización en las redes sociales.
- Social bookmarking – explicación gráfica.
- Resumen.

- **Unidad 5. Los blogs como herramienta de marketing**

- Introducción.
- Los blogs como herramienta de marketing.
- Mis primeros pasos con el blog.
- Los factores de éxito en los blogs.
- Relaciona conceptos.
- Yammer y las wikis.
- Resumen.
- Sindicación de contenidos y podcasting
- Introducción.
- Sindicación de contenidos.
- RSS.
- Lector de feed.
- ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?

- ¿Cómo reunir los feeds RSS?
- Podcasting.
- Radar de noticias personales.
- Lifestreaming.
- Crear nuestro propio feed RSS.
- Directorios RSS.
- Resumen.

- **Unidad 6. Mobile marketing, televisión digital y vídeo on demand**

- Introducción.
- Marketing móvil.
- Formas de conectarse a internet a través del móvil.
- Otras aplicaciones del marketing móvil.
- Formatos estándares en internet móvil.
- Marketing de móviles.
- Consejos para una estrategia de marketing móvil.
- SMS marketing.
- Televisión digital.
- Televisión por internet.