



Branding digital: Gestión de tu marca en la red

Sku: PD211

Horas: 40

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Aprender a crear y desarrollar una imagen de marca sólida y adecuada para los objetivos profesionales o de la empresa.
- Conocer los conceptos de imagen y reputación en la red, para construir una 24.
- Aprender a gestionar los aspectos básicos que intervienen en la creación de nuestra huella digital.
- Conocer los parámetros adecuados para calcular la rentabilidad de la creación de mi 24 en la red.
- Aprender a manejar la reputación on line y el posicionamiento de mi imagen en la red.
- Analizar los aspectos que intervienen en la creación de nuestra huella digital para poder mejorar nuestra reputación.
- Saber gestionar nuestra red de contactos de forma eficiente para el logro de los objetivos planteados en la estrategia de marketing personal de la construcción de nuestra imagen.
- Conocer las diferentes estrategias de marketing personal en el ámbito 2.0.
- Aprender a diferenciarnos de nuestra competencia como profesionales.
- Ser capaces de establecer una estrategia basada en la gestión de nuestra marca personal.
- Lograr establecer el procedimiento básico mediante el que podemos gestionar nuestra marca personal.
- Saber vendernos como profesionales promocionando nuestra marca personal.
- Conocer las herramientas para lograr el posicionamiento que la marca o empresa persigue.
- Comprender las diferencias entre AdSense y el AdWords.
- Conocer los factores básicos que influyen en el posicionamiento en buscadores a través de SEO.
- Entender las características de Ads y AdSense.
- Lograr establecer una estrategia en SEM mediante pago, para poder habilitar procedimientos por medio de AdSense y AdWords para una marca.
- Conocer las nuevas técnicas de posicionamiento más eficientes para nuestra marca.

- Saber cómo promocionar nuestro espacio web mediante las diferentes técnicas de posicionamiento natural.
- Conocer las características del marketing de contenidos y saber aplicarlo.
- Saber calcular el ROI para conocer el retorno de inversión en nuestro negocio y la pertinencia de la estrategia de marketing que hemos implantado.

CONTENIDOS

- **Unidad 1. La imagen 2.0.**

- La imagen.
 - Posibilidades de una adecuada imagen.
 - Relevancia de las redes sociales.
 - Diferencias entre imagen, posicionamiento y reputación.
 - Características de la imagen.
 - Funciones de la imagen.
- Reputación online.
- ROI.
- Huella digital.
 - Estrategias para crear una imagen digital.
- Red de contactos.
 - Concepto de red de contactos.
 - Consejos para crear una red eficiente.
 - Beneficios y trucos en una red de contactos.

- **Unidad 2: Marketing 2.0.**

- Estrategias de marketing.
 - Estrategias de marketing empleando la web 2.0.
- Tu marca, tu producto. Saber venderte.
 - Ventajas y beneficios de la marca personal.
 - Consideraciones en el desarrollo de la marca personal.
 - Gestión de la marca personal.
- La clave, la diferenciación.
 - Estrategia de diferenciación.
- La comunicación 2.0.
 - Escucha activa.
 - Proceso de escucha activa.
 - Monitorización de la marca.
 - Escucha y monitorización.
- La comunicación no verbal.
 - Elementos de la comunicación no verbal.
 - Habilidades sociales.
 - Habilidades sociales: comunicación asertiva.

- **Unidad 3. Posicionamiento y reputación.**

- Posicionamiento y reputación.

- Buscadores I.
 - Buscadores II.
- SEO y SEM.
 - SEO.
 - SEO: Establecer una estrategia SEO.
 - SEM.
- Métodos de pago: google Ads, AdSense.
 - Google Ads.
 - Google Ads: Formatos y espacios.
 - Google Ads: Pago por clic.
 - AdSense.
- **Unidad 4: Promoción y análisis.**
 - Introducción al marketing on-line y su aplicación al sector.
 - Estrategia de marketing on-line.
 - Estrategias de marketing de resultados.
 - Otras estrategias de marketing.
 - Marketing en medios sociales o marketing 2.0.
 - Promociona tu sitio web de forma óptima con posicionamiento natural.
 - Rentabilidad de posicionamiento (ROI).
 - Aplicaciones del ROI.
 - ROI y SEM.
 - Caso práctico: ¿Cómo saber si tenemos un posicionamiento SEO rentable?
 - Rentabilidad del Marketing de contenidos.
 - Elección de estrategias de posicionamiento con Marketing de contenidos.
 - Estrategia de contenido relevante.
 - Trabajar los contenidos.
 - Cómo crear contenidos que ayuden en el posicionamiento.
 - Formatos.
 - Las 4 claves del Marketing de contenidos.
 - Palabras clave.
 - Etiquetas HTML.
 - URL.
 - Estrategia de contenido viral.
 - La importancia del video marketing para el posicionamiento en Google.
 - Requisitos para posicionarnos mejor con los vídeos en los resultados de Google.