



## 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.