



ADGG075PO. Social media marketing en comercio.

Sku: PA_ADGG075PO

Horas: 100

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Adquirir conocimientos sobre web 2.0, Community Manager, posicionamiento natural SEO, marketing digital y herramientas de comunicación y publicidad 2.0.

CONTENIDOS

- **Unidad 1. Introducción a la Web 2.0**
 - Historia de Internet
 - Origen de la Web 2.0
 - Características de las redes sociales
 - Perfil del usuario en social media
 - Las marcas en la Web 2.0
 - Hacia dónde se dirige la Web 2.0
 - Manifiesto Cluetrain
- **Unidad 2. Gestor de comunidad o community manager**
 - ¿Qué es un gestor de comunidad o community manager?
 - Características del community manager
 - Funciones del community manager
 - Cómo es el día a día de un community manager
 - Responsabilidades del community manager
 - Por qué es necesario un community manager
 - Consejos para futuros Gestores de Comunidad
- **Unidad 3. Redes Sociales: tipos y usos**
 - Tipos de redes sociales
 - Facebook
 - Twitter

- WhatsApp
 - LinkedIn
 - YouTube
 - Instagram

 - **Unidad 4. Otras redes sociales**
 - Flickr
 - TikTok
 - Foursquare
 - Vimeo
 - Pinterest
 - Xing

 - **Unidad 5. Generación de contenidos. Creación de blogs**
 - Géneros periodísticos
 - Los medios de comunicación en InternetEjercicio 8
 - El contenido de las páginas web
 - Blogs
 - Foros
 - La generación de contenidos en las redes sociales
 - ¿Cómo actúa el usuario en un espacio web?
 - Sobre la propiedad intelectual

 - **Unidad 6. Herramientas para la medición de las redes sociales**
 - Herramientas para varias redes sociales
 - Herramientas para Twitter
 - Herramientas para Facebook
 - Herramientas para Pinterest
 - Herramientas Instagram

 - **Unidad 7. Estrategia para actuar con éxito en social media**
 - ¿Cuál es nuestro punto de partida?
 - ¿Cuáles son nuestros objetivos?
 - ¿Cuál es nuestro público objetivo?
 - ¿Qué herramientas plantearemos?
 - ¿Cómo saber si la estrategia de social media funciona?

 - **Unidad 8. Analítica: medición e interpretación de resultados**
 - Google Analytics
 - Google Insights
 - Facebook Insights
 - YouTube Insights
 - LinkedIn Insights

 - **Unidad 9. ¿Qué es SEO?**
 - ¿Qué es SEO?
 - Breve historia sobre el SEO
 - Ya sabemos qué es SEO, ¿pero qué es SEM?
-

- Los buscadores de Internet
- Errores comunes en SEO
- Herramientas SEO
- Estrategias SEO
- **Unidad 10. Introducción al marketing digital**
 - Concepto de marketing digital
 - Ideas clave del marketing digital
 - Aplicación de las claves del marketing directo en el marketing digital
 - Ventajas del marketing digital
 - La investigación comercial como aspecto clave en el marketing digital
 - El marketing se hace infinito en Internet
 - Marketing one to one
 - Permission marketing
 - Marketing de atracción
 - Marketing de retención
 - Marketing de recomendación
 - El marketing digital desde el punto de vista del marketing tradicional
 - Características de Internet que afectan al marketing
 - El marketing digital y sus aportaciones al marketing tradicional
 - Líneas estratégicas y aspectos críticos del marketing digital
- **Unidad 11. Elementos del marketing digital**
 - ¿Cuáles son esos elementos?
 - El comprador del marketing digital
 - Estructura del marketing digital
 - La venta online
 - Los banners
 - El correo electrónico
 - Mensajes personalizados
 - Críticas y comentarios
 - Públicos objetivos del marketing digital
 - El valor de la marca y el posicionamiento en Internet
- **Unidad 12. Herramientas estratégicas del marketing digital**
 - Identificación y segmentación del público objetivo
 - Aplicación de la segmentación en el diseño de la estrategia comercial
 - Segmentación a través de la comunicación
 - La afiliación hace la fuerza
 - El marketplace
- **Unidad 13. La personalización y el marketing digital**
 - Personalización y atención al cliente
 - Marketing one to one
 - Estrategias de CRM
 - Implantación de CRM
- **Unidad 14. Campañas de comunicación online**

- Definición de una campaña integral de comunicación
- Preparación del briefing publicitario como punto de partida
- Ocho maneras esenciales de promoción en Internet
- La comunicación 360°
- El proceso de comunicación
- La regla de las 4F
- La velocidad de reacción

- **Unidad 15. La publicidad online y su eficacia**

- Conceptos y formas
- Formas de publicidad online
- Formas publicitarias online no convencionales
- Tarifas y precios de medios publicitarios
- Factores que mejoran el éxito de los banners
- Datos de inversión y eficacia publicitaria
- Tendencias de la publicidad online