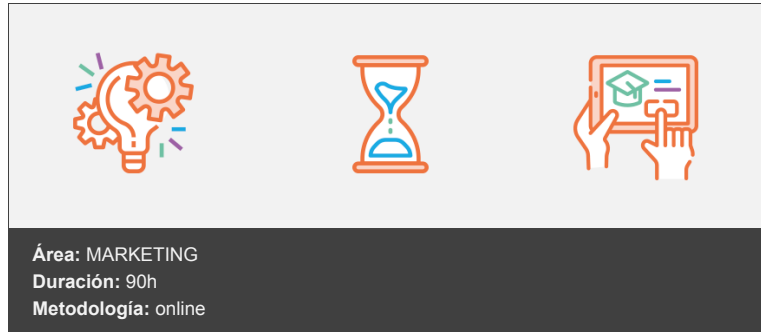


GESTION DEL MARKETING 2.0 (COMM040PO)



Objetivos

Utilizar las técnicas de marketing 2.0, y reconocer sus aplicaciones en la reputación y presencia web de las organizaciones

Contenidos y estructura del curso

1. INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA WEB 2.0
 - 1.1. Nacimiento de la Web 2.0
 - 1.2. Intercreatividad y Web 2.0
 - 1.3. Mapa de aplicaciones
 - 1.4. Evolución de la radio con las tecnologías 2.0
 - 1.5. Tecnologías 2.0 aplicadas a la empresa
2. MÁS ALLÁ DEL BANNER
 - 2.1. La publicidad tradicional
 - 2.2. El crash de las .com
 - 2.3. Marca comercial
 - 2.4. Publicidad en medios tradicionales
 - 2.5. Internet como medio de comunicación
 - 2.6. Nueva generación de publicidad en Internet
 - 2.7. Diez reglas para realizar marketing a través de Internet
3. EMAIL MARKETING, UN ARMA DE DOBLE FILO
 - 3.1. Email Marketing
 - 3.2. Email Marketing frente a marketing tradicional
 - 3.3. Diferencia entre Email Marketing y Spam
 - 3.4. Análisis de las estadísticas de los envíos
 - 3.5. Errores en las campañas de Email Marketing
 - 3.6. Cómo sacar el máximo provecho de tus campañas de Email Marketing
 - 3.7. SEM o marketing en buscadores
 - 3.8. Email Marketing y redes sociales
 - 3.9. Marco jurídico
4. ELIGIENDO LAS PALABRAS ADECUADAS
 - 4.1. Marketing
 - 4.2. Aprovechamiento de los buscadores con fines de marketing
 - 4.3. Consejos de posicionamiento en buscadores
 - 4.4. ¿Qué estrategia seguir?
 - 4.5. Eligiendo las palabras claves adecuadas
 - 4.6. Errores comunes
5. ESCUCHAR A LOS SOCIAL MEDIA
 - 5.1. El concepto de marketing e Internet

- 5.2. ¿Qué es el social media marketing?
- 5.3. ¿Cómo lograr marketing social media?
- 5.4. ¿Cómo calcular el ROI en social media marketing?
- 5.5 Ejemplos de empresas
- 6. VIRALIZAR EL MENSAJE
 - 6.1. La campaña de marketing viral
 - 6.2. Los seis principios del marketing viral
 - 6.3. Principales elementos de una campaña viral
 - 6.4. El cómo del mensaje
 - 6.5. Medios interactivos
 - 6.6. Las redes sociales y la campaña viral
 - 6.7. Ventajas y aspectos comunes de la publicidad viral
 - 6.8. Inconvenientes en la publicidad viral
- 7. GESTIONAR LA REPUTACIÓN ON-LINE
 - 7.1. La reputación on-line
 - 7.2. Las redes sociales como arma de doble filo
 - 7.3. La reputación es vital
 - 7.4. La información vuela en la Red, nuestra reputación también
 - 7.5. ¿Cómo construir una reputación on-line de la empresa?
 - 7.6. Consejos
 - 7.7. Medir la reputación social
- 8. ANALÍTICA WEB
 - 8.1. ¿Cómo hacer un análisis web?
 - 8.2. Herramientas de medición web
 - 8.3. ¿Qué se consigue con el concepto de analítica web?
 - 8.4. Redes sociales y analítica web
 - 8.5. Agencias de medios y analítica web
 - 8.6. Publicidad on-line y analítica web
 - 8.7. El analista web, un nuevo perfil profesional
 - 8.8. Analítica web para medios de comunicación
 - 8.9. El futuro de la analítica web

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

