CCC EMPRESAS

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL · SEPE

Fundación Estatal PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

COMM040PO

Gestión del marketing 2.0



Familia Profesional: Comercio y marketing

Área Profesional: Marketing y relaciones públicas

Horas: 90

Modalidad: Online

Objetivo general:

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

CONTENIDOS FORMATIVOS:

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.

Para conseguir el certificado de apto, es necesario realizar y superar el 75% de los exámenes del curso.