



Curso ON-LINE

SOCIAL MEDIA MARKETING EN COMERCIO

OBJETIVOS



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

ÍNDICE

UD1. Introducción a la Web 2.0, Social Media.

- 1.1. Historia de Internet.
- 1.2. Origen de la Web 2.0.
- 1.3. Características de las Redes Sociales.
- 1.4. Perfil del usuario en Social Media.
- 1.5. Las marcas en la Web 2.0.
- 1.6. Hacia dónde se dirige la Web 2.0.
- 1.7. Manifiesto Cluetrain.

UD2. Gestor de Comunidad o Community Manager.

- 2.1. ¿Qué es un Gestor de Comunidad o Community Manager?.
- 2.2. Características del Community Manager.
- 2.3. Funciones del Community Manager.
- 2.4. Cómo es el día a día de un Community Manager.
- 2.5. Responsabilidades del Gestor de Comunidad.
- 2.6. Por qué es necesario un Community Manager.
- 2.7. Consejos para futuros Gestores de Comunidad.

UD3. Redes Sociales: Tipos y usos (I).

- 3.1. Facebook.
- 3.2. Twitter.
- 3.3. LinkedIn.

UD4. Redes Sociales: Tipos y usos (II).

- 4.1. YouTube.
- 4.2. Flickr.
- 4.3. Foursquare.
- 4.4. Google +.
- 4.5. Otras Redes Sociales: Vimeo, Pinterest, Instagram, Xing y Tuenti.

UD5. Generación de contenidos. Creación de blogs.

- 5.1. Géneros periodísticos.
- 5.2. Los medios de comunicación el Internet.
- 5.3. El contenido de las páginas webs.
- 5.4. Blogs.
- 5.5. Foros.
- 5.6. La generación de contenidos en las Redes Sociales.
- 5.7. ¿Cómo actúa el usuario en un espacio web?.
- 5.8. Sobre la propiedad intelectual.

UD6. Herramientas para la medición de las Redes Sociales.

- 6.1. Herramientas para varias Redes Sociales.
- 6.2. Herramientas para Twitter.
- 6.3. Herramientas para Facebook.
- 6.4. Herramientas para Pinterest.
- 6.5. Herramientas para Google +.
- 6.6. Herramientas para Instagram.

UD7. Estrategias para actuar con éxito en Social Media.

- 7.1. ¿Cuál es el punto de partida?.
- 7.2. ¿Cuáles son los objetivos?.
- 7.3. ¿Cuál es el público objetivo?.
- 7.4. ¿Qué herramientas plantearemos?.
- 7.5. ¿Cómo saber si la estrategia de Social Media funciona?.

UD8. Analítica: Medición e interpretación de resultados.

- 8.1. Google Analytics.
- 8.2. Google Insights.
- 8.3. Facebook Insights.
- 8.4. YouTube Insights.
- 8.5. LinkedIn Insights.

UD9. ¿Qué es SEO?.

- 9.1. ¿Qué es SEO?.
- 9.2. Breve historia sobre el SEO.
- 9.3. Ya sabemos qué es SEO, ¿pero qué es SEM?.
- 9.4. Los buscadores de Internet.
- 9.5. Errores comunes en SEO.
- 9.6. Herramientas SEO.
- 9.7. Estrategias SEO.

UD10. Introducción al Marketing Digital.

- 10.1. Concepto de marketing digital.
- 10.2. Ideas clave del marketing digital.
- 10.3. El marketing se hace infinito en internet.
- 10.4. El marketing digital desde el punto de vista del marketing tradicional.
- 10.5. Líneas estratégicas y aspectos críticos del marketing digital.

UD11. Elementos del Marketing Digital.

- 11.1. El producto.
- 11.2. El precio.
- 11.3. Los canales.
- 11.4. La promoción.
- 11.5. Públicos objetivos del marketing digital.
- 11.6. El valor de la marca y el posicionamiento en internet.

UD12. Herramientas estratégicas del Marketing Digital.

- 12.1. Identificación y segmentación del público objetivo.
- 12.2. La afiliación hace la fuerza.
- 12.3. El marketplace.

UD13. La personalización y el marketing digital.

- 13.1. Personalización y atención al cliente.
- 13.2. Marketing One to One.
- 13.3. Estrategias de CRM.
- 13.4. Implantación de CRM.

UD14. Campañas de comunicación On-Line.

- 14.1. Definición de una campaña integral de comunicación.
- 14.2. Preparación del briefing publicitario como punto de partida.
- 14.3. Ocho maneras esenciales de promoción en internet.
- 14.4. La comunicación 360°.
- 14.5. La regla de las 4 F.
- 14.6. La velocidad de reacción.

UD15. La publicidad On-Line y su eficacia.

- 15.1. Conceptos y formas.
- 15.2. Tarifas y precios de medios publicitarios.
- 15.3. Factores que mejoran el éxito de los banners.
- 15.4. Datos de inversión y eficacia publicitaria.
- 15.5. Tendencias de la publicidad On-Line.