

Marketing online, comercio electrónico y reputación digital

6ª edición - 250 horas



Marketing online, comercio electrónico y reputación digital

Este curso permitirá al alumnado adquirir **conocimientos amplios y avanzados** sobre los aspectos que se han de tener en cuenta a la hora de introducir una empresa en el mundo digital o mejorar, dinamizar y optimizar la presencia de un negocio online.

Durante el curso se explicarán las novedades en reputación online, posicionamiento tanto orgánico como de pago, publicidad digital en webs y redes sociales, y gestión web para empresas y negocios.

Competencias de aprendizaje

Este curso está orientado a profesionales que busquen conocer las últimas novedades y estrategias en el marketing digital y que ya posean una base previa en esta materia.

El enfoque es muy didáctico, por lo que es suficiente con tener cierta experiencia empresarial, de marketing o haber realizado el curso de *Community Management*.

De hecho, esta formación está especialmente recomendada para el alumnado de antiguas ediciones del curso de *Community Management* que busque ampliar y mejorar sus competencias digitales.

Objetivos

1. Desarrollar acciones de marketing y publicidad en Internet orientadas a públicos específicos.
2. Definir objetivos de marketing e implementar campañas para conseguirlos.
3. Mejorar el posicionamiento en Internet de empresas y productos.
4. Adaptar presencias web para móviles y otros dispositivos mediante tecnología *responsive*.
5. Identificar y conocer las claves del comercio electrónico y establecer estrategias para alcanzar los resultados propuestos.
6. Mejorar las relaciones virtuales con clientes y usuarios adaptando los productos y servicios a sus necesidades.
7. Analizar y medir los resultados de las acciones desarrolladas, así como la notoriedad y la reputación online.
8. Desarrollar el plan de marketing online.

Programa de contenidos

Tema 1 Marketing digital

1. Historia de Internet
2. Marketing digital vs. marketing tradicional
3. Marketing digital
4. *Purchase funnel* digital
 - 4.1 Reputación
 - 4.2 Posicionamiento y notoriedad
 - 4.3 Visitas y conversión
 - 4.4 Segmentación y vinculación

Tema 2 Los medios sociales

1. Revolución de las redes sociales
2. Modelos de influencia
3. Reputación en las redes sociales
4. Estrategias en redes sociales
 - 4.1 Facebook
 - 4.2 Twitter
 - 4.3 YouTube
 - 4.4 Instagram
 - 4.5 LinkedIn
5. Blogs

Tema 3 Publicidad en las redes sociales

1. Modelos
2. Objetivos y tipología
 - 2.1 Anuncios en Facebook y Twitter
 - 2.2 Objetivos informativos
 - 2.3 Objetivos sociodemográficos y geográficos
 - 2.4 Objetivos actitudinales
 - 2.5 Objetivos por uso
 - 2.6 Objetivos por afinidad
 - 2.7 Objetivos por bases de datos propias
 - 2.8 Remarketing
3. Consideraciones

Tema 4 Google: motor de búsqueda

1. Funcionamiento del motor de búsqueda de Google
2. Conceptos
3. Evolución del algoritmo de Google

Tema 5 SEO

1. Concepto y evolución
2. ¿Cómo buscan los usuarios? Importancia del *longtail*
3. Optimización
 - 3.1 Contenido

- 3.2 Metadatos
- 3.3 Otros aspectos
4. Seo off line

Tema 6 SEM

1. Concepto
2. Claves y funcionamiento
3. *Keywords* y concordancia
4. Opciones de oferta
 - 4.1 CPC
 - 4.2 CPM
 - 4.3 CPA
5. Subasta y ranking
6. *Display* y remarketing

Tema 7 Móvil, Internet y publicidad

1. Móvil e Internet
2. Importancia y oportunidad
3. Publicidad en móvil
 - 3.1 Conceptos
 - 3.2 Formatos
 - 3.3 Redes sociales y publicidad móvil
4. Recomendaciones

Tema 8 Comercio electrónico

1. Crecimiento y situación
2. Claves del *e-commerce*
3. *Purchase funnel*
 - 3.1 Captación
 - 3.2 Conversión
 - 3.3 Medios de pago
 - 3.4 Logística
4. Plataformas

Tema 9 Métricas, KPI's y Analytics

1. Conceptos. Métricas y KPI's
2. Google Analytics
 - 2.1 Conceptos
 - 2.2 Informes
 - 2.3 Configuración

Tema 10 Diseño y desarrollo web

1. Gestión de proyectos
2. Diseño y usabilidad
3. CMS
4. Infraestructura

Duración y metodología

La duración del curso es de **250 horas** y conducirá a la obtención de **título en Marketing online, comercio electrónico y reputación digital**.

Existe la opción de avalar el título con la **Apostilla de La Haya**.

Se puede cursar **totalmente online** o bien de **manera presencial** en la Cidade da Cultura de Galicia (del 16 de febrero al 27 de abril) de acuerdo con el siguiente calendario docente:

Febrero						
L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

Marzo						
L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Abril						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Clase presencial (19.00 a 21:30)
Docencia virtual
Festivo

Matrícula

Para inscribirse se debe enviar el formulario disponible en www.institutomedios.com/formacion antes del día 17 de octubre.

- Precio: **290 euros**

- Precio desempleados y estudiantes: **270 euros**

La matrícula puede abonarse en dos plazos (50% antes de comenzar el curso y 50% al finalizarlo)



Instituto de Medios Sociales
Cidade da Cultura de Galicia, Monte Gaiás, s/n
15707 Santiago de Compostela (España)
687 055 364
info@institutomedios.com

Con la colaboración de



fundación cidade
da cultura de galicia



Opción de avalar el título con Apostilla de La Haya

