

Marketing Online, Comercio Electrónico y Analítica Digital

7ª edición - 250 horas



Marketing Online, Comercio Electrónico y Analítica 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 conocer las últimas novedades y estrategias en el marketing digital.

El enfoque es muy didáctico, por lo que no es necesario contar con experiencia previa empresarial ni de marketing.

No obstante, 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, Twitter e Instagram
 - 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 Analítica Digital**.

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

Puede cursarse **totalmente online**. No es necesario conectarse a horas concretas y, en todo momento, se mantendrá **contacto directo con el profesorado**.

Matrícula

Para inscribirse se debe enviar el formulario disponible en www.institutomedios.com/formacion antes del día 16 de octubre.

- Precio: **290 euros**
- Precio desempleados, estudiantes y socios Clúster TIC Galicia: **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

