

CURSO DE

MARKETING DIGITAL

180 H. (2-3 MESES)

El contenido de este programa es orientativo, pudiendo variar el mismo por razones de actualización o modificación de los contenidos.

CEI.

ESCUELA DE DISEÑO

OBJE- TIVOS

Los cambios en la difusión de la información, la comunicación empresarial, y el papel de un usuario cada vez más participativo hacen necesaria la presencia de una figura que gestione, dinamice y reoriente la comunicación y la inversión publicitaria dentro de la empresa.

Las nuevas realidades de comunicación, así como los nuevos medios y las posibilidades tecnológicas de conectividad social, han hecho disminuir las distancias a la vez que han incrementando las posibilidades de comunicación de las empresas. Sin embargo, si no se dominan todos aquellos factores que construyen un mensaje global o si no se comprenden los nuevos medios, soportes y formatos de comunicación, los mensajes y creatividad no sólo pueden verse diluidos sino también malentendidos por los clientes.

Objetivos generales del curso:

- Tomar conciencia del gran cambio que la digitalización ha producido en el marketing.
- Conocer nuevos modelos de negocio en la web 2.0 y nuevos perfiles profesionales que nacen.
- Comprender al detalle las herramientas clave para abordar una estrategia de *Social Media Marketing*.
- Gestión de las distintas redes sociales como canales de comunicación de la empresa.
- Aprender técnicas y métodos del marketing interactivo y evaluar sus rendimientos.
- Publicidad en medios digitales a través de SEO y SEM.

INFOR- MACIÓN

Introducción al Marketing Digital

Planificación Estratégica *Online*

Gestión de *Social Media*

Marketing en buscadores: SEO y SEM

E-commerce

DURACIÓN

180 H. Total

Presencial u *Online*

140 H. de Clases

Lunes a jueves
(+algún viernes)

40 H. Proyecto final

HORARIOS

MAÑANAS

09.00 - 12.00 H.

12.00 - 15.00 H.

TARDES

16.00 - 19.00 H.

19.00 - 22.00 H.

PRECIO

1.850 €

Consulta ofertas y
promociones actua-
les en

info@cei.es

www.cei.es

OFI- CIAL



AUTHORIZED
Training Center

Nuestra escuela es uno de los cinco centros **Adobe Authorized Training Center** de España. Este hecho demuestra que CEI ha cumplido con todas las exigencias que solicita Adobe y, asimismo, constituye una garantía de calidad para todos nuestros alumnos.



Authorized
Training Center

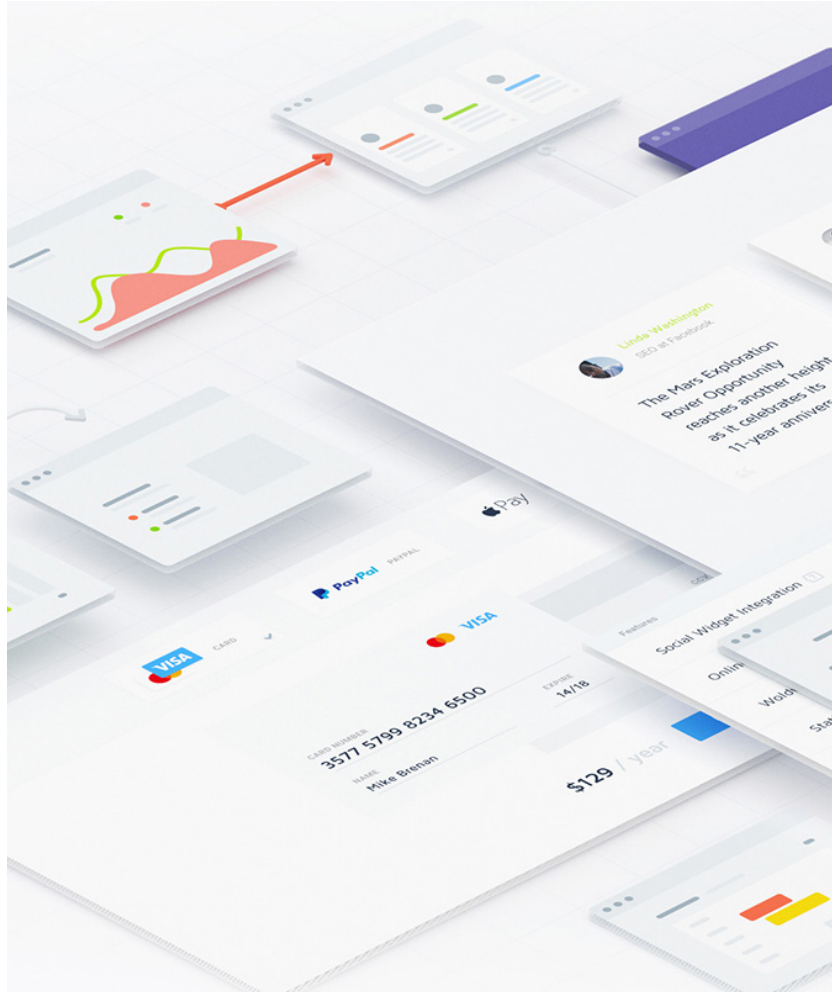
CEI es un Centro de Formación Autorizado por Apple. Por ello, nuestros alumnos podrán obtener la certificación profesional de Apple e impulsar su carrera en tecnologías del diseño y de la información, entornos empresariales y mercados B2B.



IBM confía en nosotros y por ello nos ha otorgado la insignia IBM Education Partner. Este sello premia a centros de enseñanza que mantienen y fomentan una formación de calidad.



Nuestra escuela se consolida como Centro de Formación de referencia de Maxon en España y nos convertimos en la 1ª escuela de Europa en ser Maxon Training Provider for R18.



CURSO

MARKETING DIGITAL

01- INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

1.1. Marketing Digital

- ¿Qué es el marketing?
- 10 cambios del marketing digital
- Internet y la nueva era del marketing digital Web 2.0
- Nuevos enfoques
- Campañas 2.0
- Marketing Viral

1.2. Nuevos modelos de negocio basados en web 2.0

- Retos y desafíos para emprendedores digitales
- Cambios en las diferentes industrias
- Salidas laborales del marketing digital
- Nuevos medios de pago
- Teletrabajo

1.3. Atrayendo clientes en la era digital

- Cambios en las reglas de juego
- Momento cero de la verdad
- Encontrar el público objetivo
- Matriz de toma de decisiones

1.4. Marketing de contenidos

- Realidad actual. El contenido es el rey
- Definición de marketing de contenidos
- Tendencias en el marketing de contenidos
- Nuevas maneras de enfocar el contenido para que sea atractivo al público
- Cada contenido es un arma de doble filo. Todo en la nube se queda almacenado
- La importancia de una estrategia de contenidos
- ¿Cómo generar contenido viral y atractivo?

1.5. Community Manager

- Perfil, funciones, tareas, rol en la organización
- El horario del *community*: 24/7, 365 días al año
- Influencia (marca personal)
- Proliferación de *freelance* en el mundo del *community manager*

02- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ONLINE

2.1. Estrategia de marketing online

- Análisis de la situación actual de la empresa
- Las 5 Fuerzas de Porter
- Análisis de las 4 P

- Análisis D.A.F.O enfocado a web
- Definición de objetivos y cronograma
- Recursos necesarios para su realización y desarrollo
- Plan de ejecución y establecimiento de métricas
- Análisis de resultados
- Cálculo del ROI

2.2. Redacción de contenidos digitales y 2.0

- Comunicación y gestión de la conversación
- Transmitir mensajes de forma eficaz y atractiva
- Saber escuchar-saber responder
- Formulación correcta de preguntas
- El impacto visual
- Gestión de mensajes dañinos

2.3. Campaña de e-mail marketing

- Ventajas y desventajas del *e-mail* marketing
- 10 cambios del marketing digital
- Bases de datos de contactos
- Generación de *leads* de calidad
- Técnicas de diseño para crear un *e-mail* efectivo
- Legislación referente al *e-mail* marketing
- Métricas del *e-mail* marketing.
- Herramientas y plataformas *online*
- Presupuesto y recursos necesarios para su implementación
- Análisis de resultados y ROI
- Casos de éxito
- Caso práctico: creación de una *newsletter*

2.4. Social Media Plan

- Análisis de la situación actual
- Análisis de la competencia
- Selección de plataformas y canales
- Creación de sinergias: personas con influencia y mapas de blogs
- Definición de objetivos
- Estrategia de contenidos
- Estrategia de acciones
- Herramientas para la gestión de *social media*
- Establecimiento de métricas por red social: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Blog, etc.
- Herramientas de monitorización de redes sociales

03- GESTIÓN DE SOCIAL MEDIA

3.1. Introducción

- ¿Qué es la web 2.0?
- ¿Qué es una red social?
- El *boom* de las redes sociales

- Por qué debe estar mi empresa en redes sociales
- Nueva relación marca/cliente
- ¿Qué se puede compartir en una red social?
- Las redes sociales como fuente de empleo

3.2. Facebook

- Historia
- Facebook en datos
- Usuarios a nivel mundial
- Hábitos diarios
- Plataforma
- Economía/Bolsa
- En España
- Facebook para empresas
- Casos de éxito y acciones que han impactado la manera de utilizar esta red social
- Proceso para crear una cuenta de empresa (Práctica)
- Estrategias de *community management*: labores, responsabilidad y posibilidades.
- Analítica y promoción a través de esta red social

3.3. Twitter

- Usos de Twitter por parte de las marcas
- Twitter como herramienta de *microblogging*
- Datos históricos de los usos de Twitter
- *Hashtag*: creación, seguimiento y usos
- Valor agregado y reputación de las marcas
- Crisis y gestión
- Perfiles personales: qué comunicar y qué aspectos tener en cuenta para alcanzar seguidores
- Generación de contenido: escritura web, uso estratégico de *hashtags*
- Creación de campañas y participación
- Estrategia *online*
- Métodos alternativos - Caso *Pay with a tweet*

3.4. Youtube y Vimeo - Sustituyendo a la televisión

- Creación de una cuenta de Youtube y Vimeo
- Usos y casos de éxito
- Creación de canales y listas de reproducción: posibilidades
- Medición y nuevas métricas de YouTube y Vimeo
- Penetración de estas redes sociales en la manera de hacer producciones audiovisuales
- El fenómeno de los blogs

3.5. Instagram

- Historia
- Usuarios a nivel mundial

- Hábitos diarios
- Funciones de la red social
- Creación de cuenta y manejo
- Comprensión de los *#Hashtag* (introducción a sus usos e importancia)
- La fotografía como medio de expresión y evolución del *microblogging*
- Campañas de éxito y usos por parte de las empresas
- Puesta en marcha y posibilidades de la red
- Guía para triunfar en Instagram
- Proceso de crear una cuenta de Instagram (Práctica)

3.6. Pinterest

- Historia
- Usuarios a nivel mundial
- Hábitos diarios
- Funciones de la red social
- Creación de cuenta y manejo
- Campañas de éxito y usos por parte de las empresas
- Proceso de crear una cuenta de Pinterest (Práctica)
- Pinterest para empresas
- Casos de éxito y acciones que han impactado la manera de utilizar esta red social
- Proceso para crear una cuenta de empresa (Práctica).
- Puesta en marcha y posibilidades de la red

3.7. LinkedIn

- Usos de la red social
- Participación en grupos
- Perfiles de empresas: cómo crearlos.
- Creación de un perfil personal (Práctica)
- Mejoras del perfil a través de recomendaciones: cómo obtenerlas
- Actualidad en cualquiera que sea el campo profesional de la persona

3.8. Foursquare

- Usos de la red social
- Herramienta de geo-localización para las empresas
- Posibilidades de la red
- Funciones de la red social
- Uso profesional y personal
- Puesta en marcha de perfiles

3.9. Google+

- Historia
- La red social de Google
- Usuarios a nivel mundial
- Hábitos diarios
- Funciones de la red social
- Creación de cuenta y manejo (Práctica)
- Puesta en marcha y posibilidades de la red

3.10. Blogs

- Usos del blog
- Tipos de plataformas (WordPress, tumblr, blogger)
- Posibilidades con los blogs
- Uso de palabras claves y posicionamiento web
- Lenguaje y recursos a incluir en una publicación
- *Link building*
- El blog como herramienta personal
- Consejos para generar contenidos en blogs

04- MARKETING EN BUSCADORES: SEO y SEM

4.1. SEO

- Introducción al Marketing en buscadores
- Usabilidad y accesibilidad web
- *Social Media Optimization*
- Definición de palabras clave
- Realizar paso a paso una correcta indexación en Google
- SEO *On-Page*: optimización de contenidos
- Instalación de plugins especializados en SEO
- Top de extensiones de navegación para SEO
- SEO *Off-Page*: optimización externa
- Construcción natural de enlaces
- Malas prácticas en posicionamiento SEO
- Casos de éxito
- Caso práctico: planificación y desarrollo de estrategia SEO
- Lista paso a paso para empezar a hacer SEO
- Optimización de entradas a blogs a nivel de SEO
- Optimización de imágenes para SEO
- ¿Cómo diseñar una *landing page* atractiva?

4.2. SEM

- Introducción a la analítica web-Google Analytics
- Estrategia de publicación de anuncios
- Conversiones y análisis de rentabilidad
- Casos de éxito
- Caso práctico: planificación y desarrollo de estrategia SEM
- Preparación del examen de certificación de Google Adwords
- Campañas de Google Adwords
- Planificador de Palabras Clave y Tipos de Concordancia
- Editor de Adwords y Listas de Remarketing

05- ANALÍTICA WEB

- Introducción a Google Analytics
- Planificación de Objetivos
- Metas, eventos, filtros y canales
- Definición de métricas, tipos de conversiones
- Google Tag Manager y Test A/B
- Examen Certificación Google Analytics
- Examen Certificación Adwords Fundamentals
- Examen Certificación Adwords sólo para la red de búsqueda

06- E-COMMERCE

- Introducción a E-Commerce.
- Prestashop y Woocommerce.
- Google Merchant Center y Magento