

COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING 2.0 II

60
HORAS

DESCRIPCIÓN

En este curso, conoceremos en profundidad los conceptos clave del marketing online y el comercio electrónico, de forma que al finalizar el mismo dispondremos de los conocimientos necesarios para estructurar un plan de e-marketing, aplicando las diferentes herramientas disponibles en los distintos medios online. En especial, profundizaremos en las herramientas publicitarias disponibles en internet para el desarrollo de nuevas formas de promoción y captación clientes a través de la red. También nos introduce en el nuevo mundo de las redes sociales, para el posterior desarrollo del buzz marketing, blogs y foros con lo que optimizaremos la reputación online. Conoceremos y comprenderemos los tipos de comercio electrónico que existen, cómo se generan los precios online, y cómo implantar entre los medios de pago existentes el que mejor se adapte a nuestro negocio. Además, adquiriremos todos los conocimientos necesarios para liderar un proyecto de diseño web completo, manejar las herramientas de Google Adwords con fluidez, y ser capaces de medir los resultados.

OBJETIVOS

Conocer las modalidades de promoción online, el marketing viral, el trade marketing, etc. - Aprender cómo funciona el marketing de buscadores - Conocer cómo funciona el marketing en medios sociales - El marketing y las redes sociales como Facebook, Tuenti, Twitter, etc - Aprender sobre los Blogs y el marketing - Conocer qué son las comunidades sociales, el Community Manager, sus herramientas, etc. - Conocer cómo funciona la sindicación de contenidos - Uso del marketing móvil y la televisión digital - Aprenda los requisitos legales, las amenazas de seguridad y las protecciones al fraude

CONTENIDOS

UNIDAD 1: HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE: Cómo hacer una campaña publicitaria On Line - Otras Modalidades de Promoción Online - Campañas de video marketing - E-mail Marketing - Personalización de la oferta y Permission marketing - Permission Marketing - Marketing Viral - Marketing de afiliación - Qué es Trade Marketing - Indicadores clave de desempeño (KPI) - Autopráctica - Procedimientos de Captación de Clientes

UNIDAD 2: MARKETING DE BUSCADORES: Cómo funciona el marketing de buscadores - Diferencia entre posicionamiento natural y publicitar... - Búsqueda Orgánica o SEO - Cómo funciona el algoritmo de Google - Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google - SEM y Google Adwords - Herramientas de Monitorización SERP - Google Trends - Autopráctica Google Trends - Google Analytics - Medir y Analizar Resultados - Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics - Autopráctica - KPIs - Autopráctica - KPIs II

UNIDAD 3: SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION): El Origen de los Medios Sociales - Tipos de Medios Sociales - Marketing en Medios Sociales - El Plan de Medios Sociales - Estrategias de Social Media - Campañas en Medios Sociales - Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales - El Crowdsourcing - Medición de Resultados de un Social Media Plan - Autopráctica: Desarrollo del Plan de Medios Social - Analítica Social y Estrategia - Analítica Social y Estrategia: Objetivos - IOR: Impact of Relationship - Autopráctica: Análisis de una medición de Social Media

UNIDAD 4: REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING: Tipos de Redes Sociales - ¿Por qué hacer marketing en Redes Sociales? - El Marketing Viral y las Redes Sociales - La publicidad en las Redes Sociales - Facebook - Tuenti - Twitter - Youtube - Falta - LinkedIn y Xing - MySpace y Las Redes Sociales Profesionales - Redes Sociales Profesionales en España - Otras Redes Sociales Importantes - Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales - Geolocalización en las Redes Sociales - Autopráctica: Vincular un site con las redes sociales

UNIDAD 5: LOS BLOGS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING: Los Blogs como herramienta de marketing - Mis primeros pasos con el Blog - Los factores del éxito en los Blogs - Microblogging - Yammer y las Wikis - Autopráctica: Blogs como herramienta de promoción

Unidad 6: Comunidades virtuales y el Community Manager: Las Comunidades Virtuales - Perfil y Habilidades del Community Manager - Funciones, Tareas y Responsabilidades del Community M... - Las 7 "C" del Community Management - Herramientas del Community Manager - Autopráctica: Análisis de la actividad de un CM

UNIDAD 7: SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING: Sindicación de Contenidos - ¿Por qué y cómo usar RSS? - ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS? - Cómo reunir los Feeds RSS - PodCasting - Radar de Noticias Personales - Lifestreaming - Crear nuestro propio Feed RSS - Directorios RSS - Autopráctica: Podcast - Autopráctica: RSS

UNIDAD 8: MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND: Falta - Conexiones a internet a través de móvil - Marketing Móvil - Formas de conectarse a Internet a través del móvil - Otras aplicaciones de marketing móvil - Formatos estándares en Internet Móvil - 10 Consejos para una estrategia de Marketing Movil - Televisión Digital - Televisión por Internet - Autopráctica - Televisión digital y SMS

UNIDAD 9: ASPECTOS LEGALES, INSTITUCIONALES Y DE SEGURIDAD: Requisitos que deben cumplir los sitios web - Limitaciones y restricciones por Leyes - Condiciones generales de contratación - Adaptación a la LOPD - Tipos de Fraude - Protección contra el fraude - Mejoras deseadas en la Protección contra fraude - Autopráctica - Aspectos Legales de la Contratación