

Marketing 2.0

Código del curso: PD216

Horas: 60

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD216

Unidad 1: Introducción al ámbito 2.0.

Introducción a la web 2.0.

Las formas de comunicación actual.
Comunicación en la web 2.0.

Introducción al marketing 2.0.

Beneficios del marketing 2.0.

Web de empresa.

Blog.

Tipos de blog.

Ventajas para la marca de disponer de un blog.

Ejemplos de blogs.

Redes sociales.

Página de empresa en redes sociales.

Tipos de publicaciones.

Las preferencias de los usuarios.

Conseguir la participación de los seguidores en redes sociales.

Logra una mayor difusión.

Unidad 2: Estrategias de marketing 2.0.

Widgets.

Herramientas de Facebook.

Widgets que podemos instalar en Facebook.

Herramientas para Twitter.
Otras herramientas.
Las apps para LinkedIn.

Estrategias de marketing en Facebook, Twitter y LinkedIn.

Facebook.
La publicidad dentro de Facebook.
Elementos de una campaña de Facebook I.
Elementos de una campaña de Facebook II.
Prácticas recomendadas para crear un anuncio.
Normas de publicidad en Facebook.
Informes y estadísticas.
Los juegos sociales.
Estrategias de marketing con juegos sociales.
Juegos sociales: un mercado para la publicidad.
Twitter.
Usos de Twitter.
Campañas en Twitter.
Campañas de éxito en Twitter.
LinkedIn.
Estrategias de marketing en LinkedIn.
Página de empresa en LinkedIn.
Página de empresa en LinkedIn: SEO.

Canales temáticos: Youtube.

El éxito de Youtube.
Interés por el video marketing.
Creación de un canal de Youtube.
Herramientas del video marketing.

Unidad 3: Posicionamiento y reputación.

Posicionamiento y reputación.
SEO y SEM.

SEO.
SEM: ADS y AdSense.

Google Ads.

Huella digital.
ROI (Retorno de la inversión) y reputación online.

ROI.

Unidad 4: Networking en RRSS.

Redes sociales como técnicas de marketing.
Estrategias de relaciones públicas.
Redes sociales como atención al cliente.

Características de la atención al cliente en las redes sociales.
Responder antes las críticas.

Redes sociales para Recursos Humanos.

Redes sociales profesionales.
Departamento de Recursos Humanos I.
Departamento de Recursos Humanos II.

Casos de éxito.

Unidad 5: Nuevas tendencias en el marketing online.

¿Qué es el marketing online?

Las 4 F del marketing online.
Establecer nuestra estrategia de marketing online.
Tipos de estrategias de marketing online.
Marketing de resultados.
Brand Marketing.
Social Media Marketing y Marketing de contenidos.

Estrategias de marketing 2.0.

Herramientas de la web 2.0 para marketing.

Marketing de guerrilla.

Marketing viral.

Estrategias y campañas de comunicación viral.

Casos de éxito de campañas de marketing viral.

¿Qué aprenderás?

Analizar las oportunidades que suponen para una empresa el uso de las nuevas tendencias del marketing en el ámbito 2.0 y las diferentes estrategias que podemos poner en marcha para obtener el máximo rendimiento.

Conocer las nuevas herramientas y procesos que nos propone el entorno 2.0 para su utilización en las estrategias de Marketing 2.0.

Comprender el concepto de Web 2.0, sus orígenes y evolución a través de los avances más significativos en las tecnologías al servicio de la comunicación.

Mejorar el conocimiento de la Web 2.0, sus principios y herramientas, para utilizarlas en la comunicación, captación y fidelización de clientes, búsqueda de información, análisis de competencia y posicionamiento de la empresa.

Aprender a desarrollar nuevas estrategias y procedimientos en los nuevos canales 2.0 como son los blogs, las webs de empresas y las páginas de empresa en las redes sociales.

Conocer las diferentes estrategias de Marketing que podemos llevar a cabo en las redes sociales.

Aprender a utilizar las redes sociales como herramienta de Marketing.

Conocer las diferentes técnicas para fidelizar nuestros clientes y lograr nuevos seguidores a través de un adecuado uso de nuestra cuenta en las redes sociales.

Conocer las herramientas básicas que nos ayudarán a profesionalizar el uso de las redes sociales al servicio de una marca.

Aprender los elementos básicos para realizar promociones en las redes sociales.

Conocer las características básicas del social media marketing para lograr aplicarlos a la empresa.

Conocer las nuevas estrategias y herramientas para lograr el posicionamiento que la marca o empresa persigue.

Comprender las diferentes estrategias que podemos establecer mediante el AdSense y el Google Ads.

Manejar de forma conveniente el SEO para el posicionamiento de una empresa.

Lograr establecer una estrategia en SEM mediante pago, para poder habilitar procedimientos por medio

de AdSense y AdWords Google Ads para una marca.

Conocer el parámetro del ROI y establecer el retorno de inversión deseado para una empresa.

Llegar a manejar de forma conveniente la huella digital de una marca para conocer el impacto de la misma en el mercado.

Conocer las diferentes estrategias de marketing que pueden ser utilizadas en las redes sociales para lograr los objetivos de la empresa.

Enumerar las posibilidades que ofrece establecer una adecuada red de contactos en el ámbito virtual de las redes sociales profesionales.

Saber promocionarse en las redes sociales profesionales que nos interese, según el sector en el que nos situemos profesionalmente.

Aprender a manejar los medios sociales como un canal para establecer la respuesta de una marca y la atención al cliente.

Ser capaces de articular una estrategia de marca en medios sociales que comprenda una propuesta de relaciones públicas de la misma con los usuarios.

Analizar las nuevas tendencias del marketing online.

Aprender a realizar una planificación de estrategia basada en la comunicación viral.

Evaluar las posibilidades que nos aporta la gestión de una campaña con marketing viral.

Conocer algunas de las estrategias y campañas de comunicación viral utilizadas en el mercado actual.

Ser capaces de comprender las estrategias que plantea el marketing de guerrilla.