



La mejor formación a tu alcance.

Marketing Digital

Modalidad:

e-learning con una duración 112 horas

Objetivos:

- Diseñar un buen programa de motores de búsquedas.
- Diferenciar los prototipos de comprador.
- Crear contenido especialmente dirigido a los compradores.
- Publicar el contenido en el formato en línea que más se ajusta a su sector, podcast, blogs, e-libros, sitios Web, etc.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

Introducción

Concepto de Marketing Digital

Funciones y objetivos del marketing digital

Ventajas del Marketing Digital

Características de Internet como medio del marketing digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DE MARKETING EN INTERNET

Las 4 F's del Marketing Online

Formas del Marketing Online

El marketing como filosofía cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CLIENTE: ¿QUÉ NECESITA?

Introducción

Nuevas técnicas de marketing adecuado ante un mundo nuevo llamado Internet

Cobrar importancia en Internet

La mejor formación a tu alcance.

¿Qué necesita el futuro cliente?

Prototipo de comprador

Pensar como un editor, para crear contenido de calidad

Contenido directo con nuestro objetivo

Contenido motivador

El contenido posiciona a una empresa como líder de ideas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN AL SEO

Introducción al SEO

Historia de los motores de búsqueda

Componentes de un motor de búsqueda

Organización de resultados en un motor de búsqueda

La importancia del contenido

El concepto de autoridad en Internet

Campaña SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

¿Qué es el Inbound Marketing?

Marketing de Contenidos

Marketing Viral

Video Marketing

Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL COPYWRITING

¿Qué es el Copywriting?

Conectar, emocionar y convencer

Principales técnicas de copywriting

SEO para Copywriting

La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

Auge del comercio online

Tipos de eCommerce

Atención al cliente

Embudos de conversión

La mejor formación a tu alcance.

Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DISEÑO

Introducción al Diseño Web

Accesibilidad

Usabilidad

Responsive Design

Home

Categorías

Fichas de Producto

Carrito de la compra y checkout

UNIDAD DIDÁCTICA 9. IMPORTANCIA DEL SOCIAL MEDIA

Tipos de redes sociales

La importancia actual del social media

Prosumer

Contenido de valor

Marketing Viral

La figura del Community Manager

Social Media Plan

Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROCESO DE COMPRA INFLUENCIADO POR EL CONTENIDO WEB

Introducción

Determinar a los compradores

Mecanismos principales de su sitio Web dirigidos a los compradores

Dirigirse a un nicho específico a través de las fuentes RSS

Vincular el contenido al ciclo de ventas directamente

Algunas consideraciones más

Modelo de marketing de código abierto



FOESCO
FORMACIÓN ESTATAL CONTINUA

Telf.: 910 323 794
cursos@foesco.com

