



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:

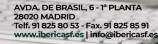
UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

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. CONTEXTUALIZACIÓN 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







La manera más sencilla de que crezca tu organización

CON LOS LÍDERES EN **FORMACIÓN**



UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

Importancia del SEO Funcionamiento de los buscadores Google: algoritmos y actualizaciones Cómo salir de una penalización en Google Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

Introducción al SEM Principales conceptos de SEM Sistema de pujas y calidad del anuncio Primer contacto con Google Ads Creación de anuncios de calidad Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

¿Qué es el Inbound Marketing? Marketing de Contenidos Marketing viral Video Marketing Reputación online

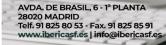
UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

Introducción Marketing relacional Experiencia del usuario Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

Definir la estrategia Cuentas específicas Identificación del equipo Definir el tono de la comunicación Protocolo de resolución de problemas







La manera más sencilla de que crezca tu organización





Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ) Monitorización Gestión, seguimiento y fidelización Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

Fundamentos del email marketing Objetivos del email marketing Estructura de un email Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

Auge del comercio online Tipos de eCommerce Atención al cliente Embudos de conversión Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

¿Qué es el copywriting? Conectar, emocionar y convencer Principales técnicas de copywriting SEO para Copywriting La importancia de los títulos





