



Expide el presente

Diploma de aprovechamiento a

D./Dña. ROSARIO AMILLS BIBILONI

con DNI 39325908W

por haber superado con éxito la acción formativa:
GESTIÓN DEL MARKETING 2.0 (COMM040PO)

en modalidad **teleformación** con una duración de **90 horas** con fecha de inicio 23/06/2020 y fecha de fin 31/08/2020


Director de formación

Financiado por



CONVOCATORIA 2018 DE PROGRAMAS DE FORMACIÓN DE ÁMBITO ESTATAL,
DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A PERSONAS OCUPADAS

Contenidos del curso:**1. INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA WEB 2.0**

- 1.1. Nacimiento de la Web 2.0
- 1.2. Intercreatividad y Web 2.0
- 1.3. Mapa de aplicaciones
- 1.4. Evolución de la radio con las tecnologías 2.0
- 1.5. Tecnologías 2.0 aplicadas a la empresa

2. MÁS ALLÁ DEL BANNER

- 2.1. La publicidad tradicional
- 2.2. El crash de las .com
- 2.3. Marca comercial
- 2.4. Publicidad en medios tradicionales
- 2.5. Internet como medio de comunicación
- 2.6. Nueva generación de publicidad en internet
- 2.7. Diez reglas para realizar marketing a través de internet

3. EMAIL MARKETING, UN ARMA DE DOBLE FILO

- 3.1. Email Marketing
- 3.2. Email Marketing frente a marketing tradicional
- 3.3. Diferencia entre Email Marketing y Spam
- 3.4. Análisis de las estadísticas de los envíos
- 3.5. Errores en las campañas de Email Marketing
- 3.6. Cómo sacar el máximo provecho de tus campañas de Email Marketing
- 3.7. SEM o marketing en buscadores
- 3.8. Email Marketing y redes sociales
- 3.9. Marco jurídico

4. ELIGIENDO LAS PALABRAS ADECUADAS

- 4.1. Marketing
- 4.2. Aprovechamiento de los buscadores con fines de marketing
- 4.3. Consejos de posicionamiento en buscadores
- 4.4. ¿Qué estrategia seguir?
- 4.5. Eligiendo las palabras claves adecuadas
- 4.6. Errores comunes

5. ESCUCHAR A LOS SOCIAL MEDIA

- 5.1. El concepto de marketing e Internet
- 5.2. ¿Qué es el social media marketing?
- 5.3. ¿Cómo lograr marketing social media?
- 5.4. ¿Cómo calcular el ROI en social media marketing?
- 5.5. Ejemplos de empresas

6. VIRALIZAR EL MENSAJE

- 6.1. La campaña de marketing viral
- 6.2. Los seis principios del marketing viral
- 6.3. Principales elementos de una campaña viral
- 6.4. El cómo del mensaje
- 6.5. Medios interactivos
- 6.6. Las redes sociales y la campaña viral
- 6.7. Ventajas y aspectos comunes de la publicidad viral
- 6.8. Inconvenientes en la publicidad viral

7. GESTIONAR LA REPUTACIÓN ON-LINE

- 7.1. La reputación on-line
- 7.2. Las redes sociales como arma de doble filo
- 7.3. La reputación es vital
- 7.4. La información vuela en la Red, nuestra reputación también
- 7.5. ¿Cómo construir una reputación on-line de la empresa?
- 7.6. Consejos
- 7.7. Medir la reputación social

8. ANALÍTICA WEB

- 8.1. ¿Cómo hacer un análisis web?
- 8.2. Herramientas de medición web
- 8.3. ¿Qué se consigue con el concepto de analítica web?
- 8.4. Redes sociales y analítica web
- 8.5. Agencias de medios y analítica web
- 8.6. Publicidad on-line y analítica web
- 8.7. El analista web, un nuevo perfil profesional
- 8.8. Analítica web para medios de comunicación
- 8.9. El futuro de la analítica web