

Marketing Digital y Publicidad 2.0

Marketing Digital y Publicidad 2.0 – MBSMDYP

• ¿Qué vas a aprender?

- Crear estrategias efectivas de Marketing Digital
- Diseñar e implementar campañas de publicidad en Internet
- Conocer y conectar con tu público objetivo a través de la red
- Conocer y dominar las diferentes plataformas de Marketing Digital disponibles en Internet
- Analizar e interpretar las métricas resultantes de las diferentes acciones de Marketing Digital

TEMARIO

1. INTRODUCCIÓN A INTERNET

1.1. Internet

1.2. La Web

2. CREAR SU PROPIA ESTRATEGIA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

2.1. Introducción

2.2. Establecer los objetivos de la empresa

2.3. Prototipos de comprador

2.4. Perfiles del prototipo de comprador

2.5. Acercarnos a los cargos directivos



- 2.6. ¿Qué importancia tiene establecer los prototipos de comprador?
- 2.7. La jerga del comprador
- 2.8. ¿Qué quiere que los consumidores piensen de su empresa?
- 2.9. Llegar a los compradores a través del contenido
- 2.10. Obama, el ejemplo a seguir

3. EL MARKETING DE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA

- 3.1. Introducción
- 3.2. Ser el primero en los resultados de Google
- 3.3. Optimizar el motor de búsqueda
- 3.4. La larga cola de las búsquedas
- 3.5. Originalidad
- 3.6. Motivar la acción a través de las páginas de destino de la Web
- 3.7. En un mercado dividido ¿Cómo es el marketing de los motores de búsqueda?

4. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- 4.1. Herramientas de Marketing Mix
- 4.2. Herramientas de comunicación de Internet

5. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO

- 5.1. Introducción
- 5.2. Marketing
- 5.3. El proceso de Marketing
- 5.4. El mercado y los consumidores

6. INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO WEB

- 6.1. Preliminares
- 6.2. Antes que nada
- 6.3. La importancia del posicionamiento en buscadores
- 6.4. Posicionamiento natural vs posicionamiento patrocinado



6.5. Palabras clave

6.6. Marketing online y posicionamiento

7. TÉCNICAS DE POSICIONAMIENTO NATURAL

7.1. Preliminares

7.2. Primeros pasos

7.3. ¿Qué determina la posición de un sitio Web en el ranking?

7.4. Factores internos

7.5. Factores externos

7.6. Monitorización: mi sitio Web

8. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO PATROCINADO

8.1. Preliminares

8.2. Aspectos que no debemos perder de vista

8.3. Programas publicitarios

8.4. Distribución de anuncios: redes

8.5. Redacción del anuncio

8.6. Grupos de anuncios

8.7. ¿Me interesa ser el número uno en el ranking?

8.8. Landing page

8.9. Monitorizando los resultados

9. MIDIENDO LA EFICACIA DEL POSICIONAMIENTO

9.1. Preliminares

9.2. Google Analytics

9.3. Cálculo del ROI

9.4. La interpretación de la medición

