

Marketing Digital y Publicidad 2.0

Marketing Digital y Publicidad 2.0 – MBSMDYP

- **300 horas**
- **595€**
- **¿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

