

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Utilizar las técnicas de marketing 2.0, y reconocer sus aplicaciones en la reputación y presencia web de las organizaciones. - Conocer la tecnología web 2.0, qué es, cuáles son las tecnologías asociadas y sus ventajas y desventajas. - Conocer e identificar tanto los medios publicitarios tradicionales como los medios publicitarios derivados de las nuevas tecnologías y la web 2.0. - Reconocer la potencialidad del email marketing para llevar a cabo campañas de marketing con el objetivo de aumentar las ventas de un determinado producto o servicio en las empresas. - Identificar la forma en la que podemos posicionar los desarrollos o sitios web en los buscadores usando para ello las palabras clave y el SEO y SEM. - Reconocer cómo monitorizar en tiempo real las redes sociales. - Entender el funcionamiento de las campañas virales y sus componentes. - Conocer, gestionar y planificar una buena reputación online. - Conocer el proceso de analítica web.

CONTENIDOS

Introducción a la tecnología web 2.0 Introducción. Nacimiento de la web 2.0. Intercreatividad y web 2.0. Mapa de aplicaciones. Evolución de la radio con las tecnologías 2.0. Tecnologías 2.0 aplicadas a la empresa. Resumen. Más allá del banner Introducción. La publicidad tradicional. El crash de las .com. Marca comercial. Publicidad en medios tradicionales. Internet como medio de comunicación. Nueva generación de publicidad en internet. Diez reglas para realizar marketing a través de internet. Resumen. Email marketing, un arma de doble filo Introducción. Email marketing. Email marketing frente a marketing tradicional. Diferencia entre email marketing y spam. Análisis de las estadísticas en los envíos. Errores en las campañas de email marketing. Cómo sacar el máximo provecho de tus campañas de email marketing. SEM o marketing en buscadores. Email marketing y redes sociales. Marco jurídico. Resumen. Eligiendo las palabras adecuadas Introducción. Marketing. Aprovechamiento de los buscadores con fines de marketing. Consejos de posicionamiento en buscadores. ¿Qué estrategia seguir? Eligiendo las palabras clave adecuadas. Errores comunes. Resumen. Escuchar a los Social Media Introducción. El concepto de marketing e internet. ¿Qué es el Social Media Marketing? ¿Cómo lograr Marketing Social Media? ¿Cómo calcular el ROI en Social Media Marketing? Resumen. Viralizar el mensaje Introducción. La campaña de marketing viral. Los seis principios del marketing viral. Principales elementos de una campaña viral. El cómo del mensaje. Medios interactivos. Las redes sociales y la campaña viral. Ventajas y aspectos comunes de la publicidad viral. Inconvenientes en la publicidad viral. Resumen. Gestionar la reputación online Introducción. La reputación online. Las redes sociales como arma de doble filo. La reputación es vital. La información vuela en la red, nuestra reputación también. ¿Cómo construir una reputación online de la empresa? Consejos. Medir la reputación social. Resumen. Analítica web Introducción. ¿Cómo hacer un análisis web? Herramientas de medición web. ¿Qué se consigue con el concepto de analítica web? Redes sociales y analítica web. Agencias de medios y analítica web. El analista web, un nuevo perfil profesional. Analítica web para los medios de comunicación. El futuro de la analítica web. Resumen. www.criteria.es | info@criteria.es | MAD: 91 571 21 39 | BCN: 93 265 26 77

