

El curso de Marketing Digital ofrece al alumno los instrumentos y las herramientas necesarias para definir e implementar estrategias de comunicación y venta a través de internet como recurso de marketing. En este sentido, el alumno adquirirá, tras la formación, conocimientos relacionados con Internet y la nueva era del marketing digital web 2.0: marketing de contenidos, Community Manager, Social Media Plan, Redes Sociales, Marketing en buscadores, analítica web, entre otros. Este curso está dirigido para aquellas personas que quieran adquirir conocimientos o especializarse en el marketing digital, así como para profesionales con experiencia que quieran desarrollar su carrera en el mundo digital de las empresas, la analítica web y las nuevas tecnologías. En este sentido, durante las seis unidades que conforman esta formación de 60 horas, veremos los siguientes aspectos relacionados con el Marketing Digital:

Plan de marketing digital. Marketing viral. Estrategias de marketing online Marketing de contenidos y nuevas tendencias. El Community Manager y el Social Media Manager. Elaboración del Social Media Plan. Herramientas básicas del Community Manager. Gestión de Social Media. Marketing en buscadores (SEO y SEM). Analítica web. E-commerce o comercio electrónico.

El objetivo general de este curso es formar profesionales capaces de implementar negocios a partir de internet como alternativa a los canales de venta tradicionales así como las estrategias de marketing online idóneas para posicionar, promocionar y difundir negocios en Internet.

En concreto, el curso de Marketing Digital te permitirá:

Entender el nuevo paradigma del entorno digital.

Aplicar estrategias de marketing orientadas a la conversión de los negocios online.

Implementar estrategias de marketing de contenido.

Conocer y aplicar las principales funciones del Community Manager y el Social Media Manager.

Poner en marcha un Social Media Plan.

Profundizar en los social media y las principales redes sociales como elemento primordial del marketing online.

Comprender los conceptos SEO/SEM como elemento básico para gestionar la presencia en la red,

aprendiendo a diferenciar las actividades de posicionamiento natural en buscadores con respecto a la compra de espacios patrocinados.

Generar e implementar estrategias de marketing a través de las nuevas estrategias: buscadores, redes sociales y blogging.

Conocer y manejar las principales herramientas de control y seguimiento de resultados, a través de técnicas de analítica web, las propias para el seguimiento de campañas en internet, de optimización de la presencia en la red, y el ratio de retorno de la inversión (ROI).

Identificar los principales aspectos y tipos de e-commerce o comercio electrónico.