

## FAMILIA PROFESIONAL: Comercio y marketing

### CURSO: Estrategias de marketing digital

**HORAS: 100 horas + 65H (El curso incluye formación en Empleabilidad y Habilidades Sociales, Competencias Digitales e Idiomas cuyo objetivo es facilitar los conocimientos y recursos necesarios para acercarse a las empresas con confianza y desenvolverse adecuadamente en un puesto de trabajo).**

#### REQUISITOS:

No se establecen requisitos académicos de acceso, pero se recomienda poseer competencias digitales básicas para el aprovechamiento de la formación online.

#### Modalidad On Line

#### Contenidos

#### UD1. Introducción al marketing digital en la empresa

##### 1. Conceptualización del Marketing Digital

###### 1.1 Características del marketing digital

##### 2. Formas de Marketing en Internet

###### 2.1 Marketing One to One

###### 2.2 Marketing de permiso

###### 2.3 Marketing de atracción

###### 2.4 Marketing de retención

###### 2.5 Marketing de recomendación

##### 3. El usuario digital

###### 3.1 Comportamiento del usuario en Internet

###### 3.2 Prototipo de comprador

- 3.3 Hay que pensar como un editor
- 3.4 Crowdsourcing
- 4. El contenido
  - 4.1 Técnicas para generar contenido
  - 4.2 Storytelling
  - 4.3 Marketing viral
- 5. Estrategias de CRM
  - 5.1 Introducción y definición de estrategias de CRM
  - 5.2 Tipos de CRM
  - 5.3 Componentes a considerar en una estrategia de CRM
  - 5.4 Beneficios de la estrategia CRM
  - 5.5 Implantación de CRM
    - 5.5.1 Factores clave de la implantación de CRM
    - 5.5.2 Como asegurar el éxito en la implantación de CRM
    - 5.5.3 Criterios de valoración
- 6. Ventajas del marketing digital para las empresas
  - 6.1 Marketing tradicional vs Marketing digital
  - 6.2 Transformación digital de la empresa
  - 6.3 Objetivos del marketing Digital
  - 6.4 Principales estrategias de Marketing Digital
  - 6.5 Planificación Estratégica

## UD2. Análisis y herramientas estratégicas del marketing digital

- 1. Identificación del público objetivo
  - 1.1 Segmentación
  - 1.2 Requisitos de la segmentación
  - 1.3 Criterios de segmentación
  - 1.4 Métodos de segmentación
  - 1.5 Tipos de estrategias
  - 1.6 Segmentación a través de la comunicación
- 2. Programas de afiliación
  - 2.1 Éxito de la afiliación

### 3. Posicionamiento

#### 3.1 SEO

#### 3.2 SEO Vs SEM

#### 3.3 Optimización del sitio web

##### 3.3.1 Elección de keywords

##### 3.3.2 Lista de términos de marketing por encuesta

##### 3.3.3 Lista de términos populares

##### 3.3.4 Otras herramientas

#### 3.4 SEM

##### 3.4.1 La publicidad en buscadores

##### 3.4.2 Anuncios de búsqueda

##### 3.4.3 Tipos de anuncios de búsquedas

##### 3.4.4 Anuncios de texto

#### 3.5 Google Adwords

##### 3.5.1 Cómo funciona Google Adwords

##### 3.5.2 Ventajas de Google Adwords

##### 3.5.3 Posición de los anuncios

### 4. Métricas y analítica web

#### 4.1 Medición de las visitas

#### 4.2 Google Analytics

### 5. E-Commerce

#### 5.1 Tipos de comercio electrónico

#### 5.2 Ventajas del comercio electrónico

#### 5.3 Modelos de negocio del e-commerce

#### 5.4 E-procurement

#### 5.5 Gestión logística del modelo de e-commerce

## UD3. Marketing y comunicación online

### 1. Marketing en redes sociales

#### 1.1 Facebook

#### 1.2 Instagram

#### 1.3 Twitter

#### 1.4 Youtube

- 1.5 Elegir el medio social adecuado
- 1.6 Sacar el máximo partido a las redes sociales
- 1.7 La figura del Community Manager
  - 1.7.1 Habilidades, aptitudes y actitudes del community manager
  - 1.7.2 Funciones y objetivos del community manager
2. Campañas de comunicación online
  - 2.1 Características de la campaña de comunicación
  - 2.2 Efectos de una campaña de comunicación en la red
  - 2.3 El briefing publicitario
  - 2.4 Promoción en internet
    - 2.4.1 Motores de búsqueda
    - 2.4.2 Intercambio de enlaces
    - 2.4.3 Estrategias virales
    - 2.4.4 Relaciones Públicas
    - 2.4.5 Medios tradicionales
    - 2.4.6 Publicidad a través de e-mail
    - 2.4.7 Asociaciones
    - 2.4.8 Publicidad pagada
  - 2.5 La comunicación 360°
  - 2.6 La regla de las 4 F
    - 2.6.1 Flujo de información
    - 2.6.2 Funcionalidad
    - 2.6.3 Feedback
    - 2.6.4 Fidelización
  - 2.7 Reacción y adaptación
3. La Publicidad on-line
  - 3.1 Concepto de publicidad on-line
  - 3.2 Formas de publicidad on-line
  - 3.3 Formas publicitarias on-line no convencionales
  - 3.4 Tarifas de publicidad on-line
    - 3.4.1 Precios de los medios publicitarios
    - 3.4.2 Banners

## 3.5 Eficacia publicitaria

### 3.5.1. Medición de la eficacia publicitaria en internet

## 3.6 Tendencias de publicidad on-line

### 3.6.1 El futuro de la publicidad on-line