

“CURSO de Técnicas de Marketing on line, buscadores, social media y móvil”

FORMACION MODALIDAD ONLINE

PICE: Programa Integral de Cualificación y Empleo

Cofinanciado por el Fondo Social Europeo

REQUISITOS:

Imprescindible cumplir todos los requisitos para ser beneficiario del Sistema Nacional de Garantía Juvenil en la inscripción y en la fecha de inicio del curso

FECHAS: inicio en marzo de 2021

Formación online repartidas en los siguientes módulos:

1. FORMACIÓN TRONCAL: : 65 horas
2. FORMACIÓN ESPECÍFICA DE TÉCNICAS DE MARKETING ON LINE: 100 h.

PLAZO DE SOLICITUD: desde el 01 de marzo de 2021

SOLICITUD: por correo electrónico general@cocipa.es, enviando el impreso de solicitud, Currículum actualizado y certificado de empadronamiento.

Se realizará una selección previa de los alumnos por parte de la empresa formadora entre todos los alumnos que cumplan los requisitos, pues las plazas son limitadas.

IMPRESO DE SOLICITUD:

Disponibile en esta dirección

https://cocipa.es/solicitud_formacion_pice_online2021/

OBJETIVOS:

En este curso los alumnos aprenderán las principales herramientas necesarias para desarrollar acciones de marketing online. También tendrán una visión sobre cómo enfocar su estrategia de contenidos y el marketing de contenidos para su negocio.

PROGRAMA DE CONTENIDOS

EMPLEABILIDAD Y HABILIDADES SOCIALES: 35h

1. Habilidades personales
2. Habilidades sociales
3. Habilidades para la empleabilidad

COMPETENCIAS DIGITALES. 30 h

FORMACIÓN ESPECÍFICA Community Manager: 100 h

Programa del curso específico:

HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE

Cómo hacer una campaña publicitaria OnLine

Otras modalidades de promoción Online

Los leads

Selección de palabras clave

Campañas de video marketing

E-mail marketing

La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing

Conseguir contactos y bases de datos para campañas de email marketing

Personalización de la oferta y permission marketing

Permission marketing

Marketing viral

Marketing de afiliación

Qué es trade marketing

Indicadores clave de desempeño (KPI)

MARKETING DE BUSCADORES

Cómo funciona el marketing de buscadores

Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario

Búsqueda orgánica o SEO

Cómo funciona el algoritmo de Google

Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google

Relevancia del contenido.

Eligiendo palabras objetivo

La importancia de los enlaces entrantes

Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas

Técnica para conseguir ser enlazado

La importancia de las palabras de enlace

Enlaces y textos de enlaces

Enlaces internos

Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles

Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density)

Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis

Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css

Uso de frames

Redirects

Enlaces Javascript y Flash

Cloacking o páginas exclusivas para buscadores

Comandos útiles de Google

SEM y Google adwords

Posicionamiento publicitario y pago por click

Compra de palabras clave y SEM

Publicidad basada en resultados

Posicionamiento en Google maps

Herramientas de monitorización SERP

Google trends

Autopráctica Google trends

Informes de Google

Google analytics

Medir y analizar resultados

SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

El origen de los medios sociales

Social media

Tipos de medios sociales

Marketing en medios sociales

El Plan de medios sociales

Estrategias de social media

Campañas en medios sociales

Objetivos generales de una campaña en redes sociales

El Crowdsourcing

Medición de resultados de un social media plan

Analítica social y estrategia

Objetivos

IOR

Impact of relationship

REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

Tipos de redes sociales

¿Por qué hacer marketing en redes sociales?

El marketing viral y las redes sociales

La publicidad en las redes sociales. Dónde, cómo y para qué

Herramientas para crear y organizar contenido en redes sociales

Facebook, MySpace, Tuenti, Twitter y Youtube y otras aplicaciones de video y fotografía

Redes sociales profesionales en España

Otras redes sociales importantes

Aplicaciones para la gestión de redes sociales

Geolocalización en las redes sociales

Social bookmarking- explicación gráfica

LOS BLOGS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING

Los blogs como herramienta de marketing

Mis primeros pasos con el blog

Los factores del éxito en los blogs

Relaciona conceptos

Yammer y las wikis

SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

Sindicación de contenidos

RSS

Lector de feed

¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?

Cómo reunir los feeds RSS

PodCasting

Radar de noticias personales

Lifestreaming

Crear nuestro propio feed RSS

Directorios RSS

MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND

Marketing móvil

Formas de conectarse a internet a través del móvil

Otras aplicaciones de marketing móvil

Formatos estándares en internet móvil

Marketing de móviles

Consejos para una estrategia de marketing móvil

SMS marketing

Televisión digital

Televisión por internet

METODOLOGÍA

El alumno tendrá acceso a un campus de formación online y un docente asignado que lo acompañará a lo largo del proceso formativo. Los participantes podrán hacer uso de múltiples vías de contacto (gratuitas) durante el curso para la resolución de sus dudas pedagógicas y técnicas. Deberá estudiar el temario establecido, además de realizar obligatoriamente el examen final que se le activará en la plataforma.