



Código: 07786
Curso: Gestión del Marketing 2.0
Modalidad: ONLINE SUBV.
Duración: 90h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose. El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación. Dentro de la plataforma dispondrá de una *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo. En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y **30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno



Requisitos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este Curso COMM040PO GESTIÓN DEL MARKETING 2.0 le ofrece una formación especializada en la materia. Con este CURSO COMM040PO GESTIÓN DEL MARKETING 2.0 el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y utilizar las técnicas de marketing 2.0, y reconocer sus aplicaciones en la reputación y presencia web de las organizaciones.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA WEB 2.0

1. Nacimiento de la Web 2.0.
2. Intercreatividad y Web 2.0.
3. Mapa de aplicaciones.
4. Evolución de la radio con las tecnologías 2.0.
5. Tecnologías 2.0 aplicadas a la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÁS ALLÁ DEL BANNER

1. La publicidad tradicional.
2. El crash de las .com.
3. Marca comercial.
4. Publicidad en medios tradicionales.
5. Internet como medio de comunicación.
6. Nueva generación de publicidad en Internet.
7. Diez reglas para realizar marketing a través de Internet.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EMAIL MARKETING, UN ARMA DE DOBLE FILO

1. Email Marketing.
2. Email Marketing frente a marketing tradicional.
3. Diferencia entre Email Marketing y Spam.
4. Análisis de las estadísticas de los envíos.
5. Errores en las campañas de Email Marketing.
6. Cómo sacar el máximo provecho de tus campañas de Email Marketing.
7. SEM o marketing en buscadores.
8. Email Marketing y redes sociales.
9. Marco jurídico.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELIGIENDO LAS PALABRAS ADECUADAS

1. Marketing.
2. Aprovechamiento de los buscadores con fines de marketing.
3. Consejos de posicionamiento en buscadores.
4. ¿Qué estrategia seguir?
5. Eligiendo las palabras claves adecuadas.
6. Errores comunes.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESCUCHAR A LOS SOCIAL MEDIA

1. El concepto de marketing e Internet.
2. ¿Qué es el social media marketing?
3. ¿Cómo lograr marketing social media?
4. ¿Cómo calcular el ROI en social media marketing?
5. Ejemplos de empresas.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. VIRALIZAR EL MENSAJE

1. La campaña de marketing viral.
2. Los seis principios del marketing viral.
3. Principales elementos de una campaña viral.
4. El cómo del mensaje.
5. Medios interactivos.
6. Las redes sociales y la campaña viral.
7. Ventajas y aspectos comunes de la publicidad viral.
8. Inconvenientes en la publicidad viral.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIONAR LA REPUTACIÓN ON-LINE

1. La reputación on-line.
2. Las redes sociales como arma de doble filo.
3. La reputación es vital.
4. La información vuela en la Red, nuestra reputación también.
5. ¿Cómo construir una reputación on-line de la empresa?
6. Consejos.
7. Medir la reputación social.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB

1. ¿Cómo hacer un análisis web?
2. Herramientas de medición web.
3. ¿Qué se consigue con el concepto de analítica web?
4. Redes sociales y analítica web.
5. Agencias de medios y analítica web.
6. Publicidad on-line y analítica web.
7. El analista web, un nuevo perfil profesional.
8. Analítica web para medios de comunicación.
9. El futuro de la analítica web.