

EL USO DEL MARKETING 2.0



Área: Comercial y Marketing

Modalidad: Teleformación

Duración: 60 h

Precio: 420.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

• Conocer la filosofía WEB 2.0., las últimas tendencias y recursos en Marketing, todo ello para aplicarlo a su puesto de trabajo en las ETT. • Conocer y familiarizarse con las tecnologías 2.0 existentes hoy en día. Percibir la evolución sufrida por el mundo de la publicidad y su paso de los medios tradicionales a las nuevas tecnologías que nos ofrece la Red actualmente. • Conocer las leyes de protección de privacidad aplicadas a este tipo de campañas.

CONTENIDOS

Tema 1. Introducción a la tecnología 2.0 • Introducción. • Conceptos básicos. • Mapa Conceptual. • Una sociedad de internautas. • Internet en las empresas. • Web 1.0. • Web 1.5. • Web 2.0. • Conclusión. Tema 2. Más allá del Banner • Introducción. • Conceptos básicos. • Mapa Conceptual. • Un poco de historia. • La publicidad en cifras. • Características de la publicidad en Internet. • Interactive Advertising Bureau (IAB). • Formatos de publicidad online. • Modelos de contratación de publicidad online. Tema 3. Email marketing, un arma de doble filo • Introducción. • Conceptos básicos. • Mapa Conceptual. • Algunos datos. • Características del e-mailing. • Tipología de e-mail marketing. • Formatos de e-mail marketing. • Marketing de permiso y SPAM. • Etapas del e-mail marketing. • Obligaciones legales. Tema 4. Eligiendo las palabras adecuadas • Introducción. • Conceptos básicos. • Mapa Conceptual. • Datos principales sobre los motores de búsqueda. • SEM o enlaces patrocinados. Tema 5. Escuchar a los Social Media • Introducción. • Conceptos básicos. • Mapa Conceptual. • Un poco de historia. • Datos principales sobre los medios sociales. • Los usuarios de los medios sociales. • Tipología de los medios sociales. • Cómo comunicar con redes sociales. Tema 6. Viralizar el mensaje • Introducción • Conceptos básicos • Mapa Conceptual • ¿Qué es el marketing viral? • Características del marketing viral • Tipología del marketing viral • Limitaciones en la implantación de una campaña de marketing viral • Los actores del marketing viral • Modos de transmisión del marketing viral • Contenidos del marketing viral • Caso de éxito de marketing viral. Tema 7. Gestionar la reputación on line • Introducción • Conceptos básicos • Mapa Conceptual • Plan de marketing online • Análisis de la situación • Definición de los objetivos • Definición del target • Definición de la estrategia • Community Manager • Responsabilidades del Community Manager • Community manager y reputación online • Gestionar la reputación online. Tema 8. Analítica WEB • Introducción • Conceptos básicos • Mapa Conceptual • Origen de la analítica Web • Características de la analítica Web • Etapas de la analítica Web.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a

participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.

- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.