

Marketing Online

Nivel básico.

Ubicación: Madrid.

30 horas lectivas.

Duración: 1 mes.

Descripción

Descubre cómo en pocos días, aprenderás a sacarle el máximo partido a tu sitio web, ya sea una web corporativa, blog o tienda online, te enseñaremos estrategias y cómo aplicarlas para atraer el máximo de usuarios.

¿Cuáles son los objetivos de este curso?

Adquirir los conocimientos y buenas prácticas para difundir al máximo un sitio web. Posicionamiento en buscadores, SEO/SEM, Mail marketing, Redes Sociales, Analítica web. Action Plan Marketing Online.

¿A quién va dirigido?

Emprendedores, diseñadores, empresas y profesionales ejecutivos que necesiten cubrir necesidades de posicionamiento web, empezamos desde lo más básico y vamos avanzando hasta temas más profundos.

Requisitos

Cualquier persona con un nivel usuario de informática.

¿Qué distingue a este curso de los demás?

Este curso formativo tiene un desarrollo eminentemente práctico que avanza en los contenidos mediante ejemplos y casos reales. La formación se desarrolla en grupos reducidos para favorecer el aprendizaje de los alumnos. Para las prácticas, cada alumno contará con un ordenador.

Al finalizar, el alumno realizará un proyecto de fin de curso. Está incluida una tutoría posterior para examinar y corregir el proyecto.

Temario

1. Conceptos básicos.

En una primera toma de contacto, desarrollaremos los términos más usuales del marketing online, palabras como Branding, ROI, Landing Page, etc. Dejaran de parecernos extrañas y comenzaremos a utilizarlas con soltura.

2. Posicionamiento en buscadores (SEO).

Cuando tenemos una web, debemos saber cómo posicionarla, en la diferencia de hacerlo o no, reside el éxito o el fracaso de la misma. En este módulo del curso, aprenderemos las técnicas más comunes para mejorar el posicionamiento de nuestra web. Para ello veremos cómo funcionan los buscadores, cuales son las acciones que nos darán mejores resultados y lo más importante como plantear nuestra web orientándola al SEO antes de crearla.

3. Posicionamiento de pago (SEM).

En el módulo anterior veíamos como poder posicionar una web de forma natural, en este apartado veremos cómo utilizar las herramientas de Google para incluir anuncios y banners en los motores de búsqueda o portales web. Veremos las distintas estrategias y como optimizar una campaña para que se lo más efectiva posible al menor coste.

4. Mail Marketing.

El email marketing es una de las herramientas de marketing online con mayor tasa de conversión de ventas, de repetición de compra y fidelización. Por este motivo, conocer cómo crear una base de datos de clientes y potenciales clientes, así como saber qué es el email marketing y explotar sus posibilidades (estrategia, objetivo, horario, asunto, diseño...) puede ser clave en un negocio.

Con este módulo, aprenderás a construir y segmentar bases de datos de clientes y potenciales clientes y la manera de aprovecharla de la mejor forma, para realizar campañas de email marketing. Para ello, te enseñaremos estrategias y técnicas para el diseño de campañas de email eficaces, así como las mejores herramientas de ejecución análisis de las mismas.

5. Análisis Web.

Google Analytics es la herramienta profesional más utilizada para medir las estadísticas de las páginas web y conocer el retorno de la inversión de cualquier estrategia de marketing online o eCommerce. En este módulo aprenderás a utilizar ésta herramienta necesaria para analizar el resultado de las campañas de comunicación en Internet. Ideal para community managers, bloggers, responsables de tiendas online, autónomos o estudiantes de marketing.

6. Redes sociales.

Como es sabido uno de los grandes pilares para dar a conocer nuestro negocio, producto o servicio hoy día son las redes sociales, muchos de nosotros sabemos utilizarlas ya que las manejamos a diario, pero muy pocos conocen como utilizarlas como herramientas de marketing. Veremos que redes sociales se adaptan mejor a los distintos servicios y productos de una empresa y aprenderemos a utilizarlas con este fin.

Profesor



Bárbara Martínez
Negocio digital

10 años de experiencia en la dirección de proyectos digitales para marcas nacionales e internacionales. Responsable de User Experience y CRO en el área de Negocio Digital de Iberia.

Ha desarrollado y gestiona varios e-commerce de forma independiente.

Licenciatura en Publicidad y RR.PP.

Formada en diseño de interacción, usabilidad, dirección y gestión de proyectos, comercio electrónico, marketing online, programación Web.

Master Digital Business en ESIC - ICEMD.

Colabora como profesor en nuestra Escuela de Negocios, impartiendo clases de E-commerce, M-commerce, Marketing Online, Social Media y Diseño Digital y experiencia de usuario.

Titulación

En caso de superar el curso, se obtendrá un diploma acreditativo al final del mismo.