



Digital marketing

PROGRAMA SUPERIOR DE Marketing Digital 2018

Fechas: 23 Noviembre de 2018 al 15 de Marzo de 2019

Duración: 250 horas

Horario: De Lunes a Jueves de 16:30h a 20:30, más algunos viernes

Lugar: Cámara Comercio de Almería

Con el Programa Superior en Marketing Digital estás consiguiendo la formación avanzada, multidisciplinar, específica, suficiente y necesaria para comprender y desarrollar el Marketing Digital tanto en la empresa como en tu profesión independiente.

Asegura tu futuro formándote en el Marketing del siglo que viene.

No se hace marketing digital, se hace Marketing en un mundo Digital.

– ESTRATEGIA DIGITAL Y MEDIOS DIGITALES- WORDPRESS Y DISEÑO WEB- MARCA PERSONAL Y CORPORATIVA- POSICIONAMIENTO ORGÁNICO SEO- TRATAMIENTO DE IMÁGENES Y VIDEOMARKETING -REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGER -COPYWRITING – EMAIL MARKETING- MONETIZACIÓN Y FINANCIACIÓN DE PROYECTOS

PROGRAMA SUPERIOR DE MARKETING DIGITAL(250h)

Objetivos

- Ejecutar y/o Dirigir y coordinar todos los trabajos de las diferentes especialidades que integran un proyecto digital completo.
- Conocer y manejar las principales herramientas utilizadas en torno al Marketing Digital y las redes Sociales.
- Adquirir y comprender conocimientos que aporten el punto de partida para desarrollar las oportunidades de generar valor diferencial a las empresas.
- Dominar las técnicas de obtención de datos e información necesaria para los proyectos, objetivos, estrategias y planes de marketing.
- Conocer y desarrollar un plan de medios digitales.
- Idear, desarrollar e implementar planes estratégicos de marketing online y social media.
- Medir y mejorar la rentabilidad de las acciones en el entorno digital.
- Buscar, comprender y reconocer cualquier segmento de clientela de un determinado negocio o sector.
- Realizar estudios de mercado lean como base para la detección de oportunidades. Comprender y trabajar el marketing mix.

- Captar y fidelizar clientes con los distintos modos de promoción online, incluso venta de producto o servicios en piloto automático.
- Crear y gestionar perfiles corporativos y personales.
- Orientar y gestionar una imagen de marca personal o corporativa.
- Creación, gestión y mantenimiento de pequeños sites web.
- Posicionar proyectos en el entorno digital, para lograr tráfico web. (Google, etc)
- Desarrollar la comunicación efectiva de los medios digitales.
- Escribir y gestionar los textos, artículos y comunicados comerciales de cualquier estrategia de marketing de contenidos.
- Analizar estadísticas de tráfico web que determinen las mejores acciones futuras y el camino para la mejora y optimización del negocio en la red.
- Conocer y trabajar un embudo de posicionamiento empresarial, así como el embudo de ventas.
- Determinar e implementar campañas de promoción, captación, imagen de marca, etc, en los canales digitales adecuados.

Dirigido a:

Dirigido tanto a profesionales del sector como a otros profesionales que quieran desarrollar su carrera profesional en el marketing digital, este programa no necesita de conocimientos previos en marketing y/o programación.

Programa

Unidades Didácticas

- **ESTRATEGIA DIGITAL Y MEDIOS DIGITALES**
- **WORDPRESS Y DISEÑO WEB**
- **MARCA PERSONAL Y CORPORATIVA**
- **POSICIONAMIENTO ORGÁNICO SEO**
- **TRATAMIENTO DE IMÁGENES Y VIDEOMARKETING**
- **REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGER**
- **COPYWRITING – EMAIL MARKETING**
- **MONETIZACIÓN Y FINANCIACIÓN DE PROYECTOS**

Comprenden más de 50 clases con las temáticas

- METODOLOGÍA PARA DEFINIR LA ESTRATEGIA DE MARKETING
- CANALES ONLINE Y ANÁLISIS DE MERCADO
- COMPETIDORES Y CLIENTES
- CANVAS DE NEGOCIO Y CARTERA DE PRODUCTOS
- ANÁLISIS DE SITUACIÓN Y DEFINICIÓN DEL POSICIONAMIENTO
- DEFINICIÓN DE OBJETIVOS, PLAN DE ACCIÓN Y LANZAMIENTO
- IMAGEN DE MARCA Y EXPERIENCIA DE USUARIO
- EL BLOG COMO HERRAMIENTA CENTRAL DE TU CRECIMIENTO
- MAQUETACIÓN DE PÁGINAS WEB SIN PROGRAMAR
- GESTIÓN COMPLETA DEL SITE CON WORDPRESS
- SEO INICIAL – EL PUNTO DE PARTIDA
- SEGURIDAD Y BACKUPS WORDPRESS
- LOS CONTENIDOS ADECUADOS Y EL CALENDARIO EDITORIAL

- USO DE GOOGLE ANALYTICS Y SEARCH CONSOLE
- SEO ON PAGE Y OFFPAGE
- HERRAMIENTAS DE USO HABITUAL PARA EL TRABAJO DE SEO
- AUDITORIA Y COMPROBACIÓN DEL SEO EN TU SITE
- FACTORES DE WPO (web performance optimization)
- SEO PARA ECOMMERCE
- LINKBUILDING
- EL POSICIONAMIENTO A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS
- SEM Y LA RED DISPLAY
- POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DE PÁGINAS Y SITES
- POST-PRODUCCIÓN DIGITAL, IMÁGENES E INFOGRAFÍAS
- VIDEO MARKETING
- ESTRATEGIA ESENCIAL DEL COMMUNITY Y LA EMPRESA
- GESTIÓN PROFESIONAL DE TWITTER Y FACEBOOK
- INSTAGRAM – PERFILES, USOS Y MEJORES PRÁCTICAS
- OBJETIVOS, ANALÍTICA Y KPIs EN RRSS
- EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES EN EL EMBUDO DE VENTA
- FACEBOOK ADS – TWITTER ADS
- TALLER DE METRICOOL
- LINKEDIN Y EL SOCIAL SELLING
- LA MARCA PERSONAL EN LA EMPRESA
- LA MARCA CORPORATIVA EN LAS REDES SOCIALES
- ESTRATEGIA DE MARCA PERSONAL
- COPYWRITING
- EMAIL MARKETING
- STORYTELLING EN REDES SOCIALES
- MARKETING EXPERIENCIAL
- EMBUDOS DE VENTA SENCILLOS EN RRSS
- ADS + EMAILS
- ADSENS Y MONETIZACIÓN DE BLOGS
- GOOGLE ADWORDS
- FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DIGITALES

Módulo: ESTRATEGÍA DIGITAL Y PLAN DE MARKETING (30h)

- METODOLOGÍA PARA DEFINIR LA ESTRATEGIA DE MARKETING
- CANALES ONLINE Y ANÁLISIS DE MERCADO
- COMPETIDORES Y CLIENTES
- CANVAS DE NEGOCIO Y CARTERA DE PRODUCTOS
- ANÁLISIS DE SITUACIÓN Y DEFINICIÓN DEL POSICIONAMIENTO
- DEFINICIÓN DE OBJETIVOS, PLAN DE ACCIÓN Y LANZAMIENTO
- TRABAJO MÓDULO

Módulo: WORDPRESS Y DISEÑO WEB (35h)

- IMAGEN DE MARCA Y EXPERIENCIA DE USUARIO
- EL BLOG COMO HERRAMIENTA CENTRAL DE TU CRECIMIENTO
- MAQUETACIÓN DE PÁGINAS WEB SIN PROGRAMAR
- GESTIÓN COMPLETA DEL SITE CON WORDPRESS
- SEO INICIAL – EL PUNTO DE PARTIDA
- SEGURIDAD Y BACKUPS WORDPRESS
- LOS CONTENIDOS ADECUADOS Y EL CALENDARIO EDITORIAL
- TRABAJO MÓDULO

Módulo: POSICIONAMIENTO ORGÁNICO SEO (50h)

- USO DE GOOGLE ANALYTICS Y SEARCH CONSOLE
- SEO ON PAGE Y OFFPAGE
- HERRAMIENTAS DE USO HABITUAL PARA EL TRABAJO DE SEO, 1 PARTE
- HERRAMIENTAS DE USO HABITUAL PARA EL TRABAJO DE SEO, 2 PARTE
- AUDITORIA Y COMPROBACIÓN DEL SEO EN TU SITE
- FACTORES DE WPO (web performance optimization)
- SEO PARA ECOMMERCE
- LINKBUILDING

- EL POSICIONAMIENTO A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS
- SEM
- POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DE PÁGINAS Y SITES
- TRABAJO MÓDULO

Módulo: REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGER (40h)

- ESTRATEGIA ESENCIAL DEL COMMUNITY Y LA EMPRESA
- GESTIÓN PROFESIONAL DE TWITTER Y FACEBOOK
- INSTAGRAM – PERFILES, USOS Y MEJORES PRÁCTICAS
- OBJETIVOS, ANALÍTICA Y KPIs EN RRSS
- EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES EN EL EMBUDO DE VENTA
- FACEBOOK ADS
- TWITTER ADS
- TALLER DE METRICOOL
- LINKEDIN Y EL SOCIAL SELLING
- TRABAJO MÓDULO

Metodología docente

Todos los módulos se impartirán con numerosos casos prácticos, resueltos durante las sesiones y trabajados individualmente, siendo la teoría impartida la necesaria y requerida para el mejor conocimiento de cada uno de los temas a tratar.

Ponentes



Miguel A. Florido



Ana Trenza



Miguel A. Trabado



Isabel Romero



Èlia Guardiola



Àngela Montoya



Juan Pablo Tejela



Iván Castaño



Jorge Ortega



Sergio Vázquez



Carlos De Blas



Antonio J. Soler



Rubén Mañéz



África Lucena



Antonio Torres



Elena Lavagna



