

COMM030PO MARKETING ON LINE EN EL SECTOR DE LA CONSULTORÍA



180,00 € - 250,00 €

Este Curso COMM030PO MARKETING ON LINE EN EL SECTOR DE LA CONSULTORÍA le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM030PO MARKETING ON LINE EN EL SECTOR DE LA CONSULTORÍA el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y integrar el marketing on line en una consultora y aprovechar todo su potencial en la estrategia de social media marketing.

Categorías: [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Marketing](#) |

INFORMACIÓN

Duración	30 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL

Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING EN INTERNET

1. Evolución de la web: desde la web 1.0 hasta la web 3.0.
2. La era de la web social (web 2.0).
3. Cambio de paradigma: de la pasividad a la participación del usuario.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING ON-LINE EN EL SECTOR DE LA CONSULTORÍA

1. Definición y Estrategias de marketing Digital.
2. El Marketing de Resultados.
3. - Marketing en Buscadores: PPC vs. SEO vs. SEM.
4. - Redes de Afiliados.
5. Brand Marketing.
6. Social Media Marketing.
7. La función del Community Manager.
8. Blogging corporativo.
9. Buzz y viral marketing.
10. Análisis y Medición de Resultados. Bienvenidos a la analítica web y la Gestión de clientes.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0

1. Tipologías de los Medios Sociales relacionados con el sector.
2. Herramientas web 2.0 para promocionar e incrementar la visibilidad de un negocio en Internet.
3. Análisis de experiencias empresariales y ejemplos que utilizan correctamente estas herramientas en su estrategia de marketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIAL MEDIA MARKETING

1. ¿Por qué el SMM?
2. Posibilidades y dificultades de Social Media Marketing.
3. Factores Clave del SMM.
4. Introducción al SMO (Social Media Optimization).
5. Estrategias de Social Media.
6. El papel de la empresa y del nuevo consumidor.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROYECTO PRÁCTICO: CONTENIDOS PRÁCTICOS

1. Creación y diseño de nuestra propia estrategia de Social Media Marketing.

