

Formación

Posicionamiento Web

(Cluster TIC)

Fecha de inicio: **22 de Noviembre de 2011**

Fecha de finalización: **15 de Diciembre de 2011**

(En curso desde: 17 de Noviembre de 2011 hasta: 15 de Diciembre de 2011)

Impartido por Dicampus. Entidad organizadora Cluster TiC.

Objetivo general: Ofrecer una visión práctica de las principales herramientas y técnicas de Marketing Online, con la finalidad de saber cómo se puede sacar rendimiento de la red.

Módulo 1: Marketing online

Objetivo específico: Visión general a las posibilidades que ofrece el Marketing Online como estrategia de venta y comunicación.

- 1.1 Internet como medio de comunicación
- 1.2 Herramientas de la Comunicación Online
- 1.3 Objetivos y Resultados de la Comunicación Online

Módulo 2: Marketing de buscadores

Objetivo específico: Formar al alumno en la definición y ejecución de planes de optimización de las páginas web con el objetivo de situarlas en las primeras posiciones de los resultados en las búsquedas en internet.

- 2.1 Introducción a buscadores
- 2.2 ¿Qué es SEO? Funciones y características
- 2.3 Popularidad, Indexación y Relevancia
- 2.4 Técnicas de Posicionamiento: Diseño Search Engine Friendly
- 2.5 Cómo medir los resultados (conversiones, informes, métricas on line...)

Módulo 3: Publicidad en Internet (5 HORAS)

Objetivo específico: Formar al alumno en la definición, ejecución y optimización de campañas de publicidad utilizando internet como medio.

- 3.1 SEO vs SEM
- 3.2 Definición y gestión de campañas SEM
- 3.4 Google Adwords: CPC y CTR
- 3.4 Nuevas formas de publicidad online: Mobile marketing-Internet Tv

Módulo 4: Social Media Marketing (5 HORAS)

Objetivo específico: Introducir al alumno en la utilización de las Redes Sociales como canal de comunicación, venta y fidelización de los clientes.

- 4.1 ¿Qué son y para qué sirven las redes sociales? Tipología
- 4.2 Estrategia en Social Media: Objetivos
- 4.3 Dinamización y gestión: Generar "ruido" en las redes sociales

Módulo 5: Analítica Web (8 HORAS)

Objetivo específico: Formar al alumno en la extracción de conclusiones, definición de estrategias y/o establecimiento de reglas de negocio basándose en los datos recabados sobre el comportamiento de los usuarios en los medios online gestionados.

- 5.1 Google Analytics: Estructura, funciones y resultados
- 5.2 Métricas y conversiones: Midiendo objetivos
- 5.3 Otras Herramientas

Módulo 6: Práctica Piloto (3 HORAS)

Objetivo específico: Mostrar a los alumnos un ejemplo real sobre cómo se gestiona una campaña de publicidad online.