

## Máster Profesional de Marketing Digital

### Duración:

460 Horas.

### Metodología:

- El curso será gestionado a través de una comunidad privada de Google+ en la cual los alumnos estarán en contacto con los profesores y resto de alumnos.
- El alumno deberá tener una cuenta de Gmail para el seguimiento de los cursos y podrá acceder tanto desde su ordenador como desde su dispositivo móvil.
- El modo de evaluación será un caso práctico que el alumno irá desarrollando a medida que va avanzando en los contenidos del curso.
- La documentación del curso está desarrollada a través de video tutoriales y documentación escrita. Junto a estos el tutor del curso irá incorporando información adicional que considere de interés y novedosa en el momento de la realización del curso con el objetivo de que el alumno esté al tanto de las posibles novedades dentro de Facebook.
- Una vez cumplimentados los ejercicios, estos se deben enviar al tutor para su corrección. El tutor responderá las consultas que le plantee el alumno en un plazo máximo de 24 horas.
- La comunicación con el tutor se realizará siempre a través de la Comunidad privada creada para el seguimiento del curso.
- Aquellos alumnos que resulten APTOS, se les hará llegar un CERTIFICADO DE APTITUD, el cual será enviado a la dirección indicada en la solicitud.

### Objetivos:

Community manager, plan de Marketing Digital, SEO, SEM, Paid Media ...¿te suenan estos términos? Seguramente los habrás escuchado en muchas ocasiones, sobre todo, si te apasiona el mundo de la comunicación 2.0.

Si estás interesado en profundizar en el mundo de las redes sociales y convertirte en un experto Community manager capaz de dirigir las comunidades de una empresa o la comunicación de tu propia marca personal, este es el curso que necesitas.

Se trata de una formación 100% online en la que los alumnos se administran el tiempo de dedicación a la materia. Sin embargo, los estudiantes podrán establecer contacto con todos los profesores en cualquier momento para las posibles dudas que vayan surgiendo. Es una formación online para aprender las herramientas y destrezas requeridas para ser un Community manager y profesional de la comunicación 2.0.

### Dirigido a

Está dirigido a todos los estudiantes y profesionales que quieran iniciarse y profundizar en el ámbito de la social media para potenciar su carrera profesional y aplicar los conocimientos al mundo empresarial.

### Programa

#### MÓDULO 1: Facebook para Empresas

1. Aspectos básicos de las páginas de facebook
2. Facebook como herramienta de promoción empresarial

3. Creación de contenido
4. Consejos para usar facebook
5. Errores habituales
6. Conseguir más seguidores en facebook
7. Creación, configuración y optimización de páginas en facebook para conseguir mejores resultados
8. Herramientas para administradores de páginas
9. Perfiles y páginas en facebook
10. Cómo fusionar páginas
11. F-commerce: aplicaciones de empresa para facebook
12. Cómo crear un evento
13. Cómo crear un grupo
14. Cómo insertar publicaciones en nuestra web
15. Facebook insights: estadísticas de facebook
16. Facebook places/facebook lugares
17. Facebook ads: anuncios de facebook
18. Plugins sociales de facebook
19. Social commerce, creación de tiendas en facebook
20. Publicación automática de contenidos
21. Gestión de contactos en facebook
22. Cómo destacar tus posts más importantes
23. Cómo programar publicaciones en tu página de empresa
24. Encuentra personas que se parezcan a tus clientes: cómo conseguir fans y creación de audiencia
25. Concursos en facebook: cómo gestionar un concurso
26. Cómo integrar podcasts en facebook
27. Medición de los resultados
28. Parámetros básicos de las estadísticas de facebook
29. Métricas para las actualizaciones
30. Fans, alcance social y "personas están hablando de esto"
31. Aspectos avanzados del alcance social
32. Cómo mejorar la viralidad de tus contenidos
33. Recursos disponibles
34. Casos de éxito

## **MÓDULO 2: Twitter para empresas**

1. Historia de twitter twitter empresarial
2. Crear contenido en twitter: cómo crear y optimizar tu cuenta de twitter paso a paso
3. Consejos para usar twitter: entender las oportunidades de marketing y comunicación que ofrece a las empresas
4. Errores habituales cómo encontrar a tu potencial cliente en twitter
5. Establecer un plan estratégico de actuación
6. Cómo escuchar lo que verdaderamente te interesa en twitter e ignorar el resto de "ruido"
7. Técnicas para incrementar tu base de seguidores cada día
8. Cómo generar "leads" o potenciales clientes con twitter
9. Cómo medir tus resultados y qué herramientas utilizar
10. Casos de éxito

## **MÓDULO 3: Youtube para empresas**

1. Youtube como red social.
2. Por qué hacer uso del video marketing
3. El fenómeno de compartir, comentar, puntuar en youtube.
4. Plan de comunicación y marketing basado en vídeos.
5. Cómo crear un canal en youtube
6. Ajusta los detalles de tu canal de youtube
7. Tipos de vídeos en youtube: corporativo y bloggers
8. Tipos de contenido: webseries, tutoriales y gameplays, sketches, inspiracionales y musicales
9. Crear un vídeo en youtube
10. Editor de vídeo de youtube
11. Aprende a utilizar el editor de vídeo de youtube
12. Edita la información y características de tus vídeos
13. Estadísticas de youtube
14. Monetización de tus vídeos

## **MÓDULO 4: LinkedIn para empresas**

1. Que es linkedin y para qué sirve
2. Ventajas para empresas
3. LinkedIn como herramienta de marketing.
4. Optimización de linkedin: perfiles, grupos y páginas de empresa.
5. Creación, configuración y optimización del perfil
6. Importar contactos y buscar nuevos

7. Creación, búsqueda y participación en grupos de interés
8. Inserción de publicaciones cómo programar publicaciones
9. Cómo usar linkedin para promocionar tu empresa linkedin como herramienta para ofrecer empleo y buscar contactos profesionales.
10. Publicidad en linkedin
11. Atraer nuevos contactos
12. Seo en linkedin analizar y optimizar tus contenidos
13. Generar contactos de interés
14. Conseguir recomendaciones

## **MÓDULO 5: Instagram para empresas**

1. Qué es instagram y para qué sirve
2. Introducción y cifras.
3. Uso por grandes marcas, ej. starbucks y nike.
4. Uso en moda y comunicación.
5. Herramientas.
6. Estrategia de contenidos
7. Cómo crear un plan de contenidos
8. Cómo conseguir seguidores antecedentes
9. Conceptos básicos
10. Impacto en la sociedad: instagram, la red social de más crecimiento.
11. Filtros
12. Términos
13. Instagramers
14. Creación de una cuenta
15. Funciones
16. Hashtag
17. Menciones
18. Mensajes directos
19. Video
20. Aplicaciones externas
21. Uso comercial de instagram
22. Herramientas externas de gestión
23. Campañas de pago
24. Análisis de resultados
25. Impacto y técnicas de viralización
26. Casos prácticos

## **MÓDULO 6: Google + para empresas**

1. Segmentación de usuarios y contenido
2. El perfil personalización url
3. Interacciones incluyendo métricas
4. Cómo crear páginas de empresa en google +
5. Editar y optimizar páginas de empresa en google +
6. Conseguir más seguidores para nuestras páginas de empresa
7. Cómo usar los círculos
8. Cómo crear eventos
9. Monitorización en google +

## **MÓDULO 7: Wordpress**

1. ¿Qué es wordpress?
2. Instalación de wordpress
3. Acceder al gestor de wordpress
4. Publicando y administrando contenido
5. Comentarios
6. Apariencia
7. Plugins
8. Usuarios
9. Herramientas
10. Ajustes
11. Referencias
12. Evaluación de la tienda virtual

## **MÓDULO 8: Email marketing y sms marketing**

1. Email marketing
2. Sms/push notification marketing
3. Marketing móvil
4. Mailchimp

## **MÓDULO 9: Seo**

1. Motores de búsqueda
2. Entender qué es seo
3. Términos objetivo

4. Factores internos (on page)
5. Factores externos (off page)
6. Optimización para medios sociales
7. Gestión de reputación online (orm) monitorización
8. Tendencias de los buscadores "trustrank"
9. Buscadores y sus herramientas 10. conclusiones finales

## **MÓDULO 10: Sem**

1. Introducción a la historia del ppc
2. Pilares básicos del ppc
3. Cómo desarrollar una estrategia de ppc (práctica 1)
4. Sistema de subasta de adwords
5. Estructura de una cuenta de adwords
6. La plataforma de adwords
7. Creación de nuevas campañas en adwords (práctica 5)
8. Generación de listados de palabras
9. Errores a evitar (práctica 8)
10. Optimización de acuerdo a objetivos
11. Anuncios enriquecidos so-lo-mo
12. Medición de campañas de ppc

## **MÓDULO 11: Google analytics**

1. Primeros pasos en google analytics
2. Informes estándar en google analytics
3. Conversiones en google analytics
4. Informes personalizados de google analytics
5. Eventos y alertas personalizadas en google analytics
6. Ejercicios

## **MÓDULO 12: Marketing de afiliación**

1. ¿Qué es marketing de afiliación?
2. Partes de intervienen en un programa de afiliación
3. Tipos de afiliados
4. Reglas de atribución
5. Sistema de comisionado
6. Sistemas de seguimiento

7. Redes ajenas de afiliación: marketplaces de afiliación
8. Redes propias de afiliación: software de afiliación
9. Cómo encontrar afiliados e influencers

### **MÓDULO 13: Paid media**

1. Entorno digital del viajero social.
2. Características de la publicidad en medios sociales.
3. Conceptos clave de publicidad digital
4. Segmentaciones sociales – ¿dónde está el turista?
5. Formatos de publicidad social.
6. Medición y definición de customer journey.
7. Montaje de campañas digitales.
8. Rtb y otras nuevas líneas de publicidad social.
9. Case studies de publicidad en el sector turismo.
10. Práctica: ejercicio de montaje (facebook y twitter) con objetivos de turismo

### **MÓDULO 14: Plan de marketing digital**

1. ¿Cómo es el nuevo cliente online?.
2. ¿Por qué un plan de marketing digital?
3. Estrategia en redes sociales: el social media plan.
4. Elaboración de un social media plan.
5. Desarrollar la estrategia.
6. ¿Cómo se hace un plan de marketing digital?
7. La competencia.
8. Nuestra reputación online.
9. Adquisición y generación de tráfico.
10. Acciones concretas del plan de marketing digital.
11. Resumen del plan de marketing digital.
12. Ejemplos reales de marketing digital.
13. Optimización de campañas.
14. kpi. key performance indicator.
15. Acciones y campañas. un ejemplo real.
16. Crear una web efectiva.
17. Marketing en redes sociales.
18. Casos prácticos.

### **MÓDULO 15: Analítica en medios sociales**

1. Hootsuite:

aprenderás a configurar tu panel de control de hootsuite. sabrás todo lo necesario sobre cómo comenzar a gestionar y conectar tus redes sociales desde un único lugar.

2. Introducción a la escucha social:

aprenderás técnicas para gestionar tu panel de control, de manera que puedas escuchar de manera eficaz y encontrar conversaciones que te interesen a través de todo el ruido.

### 3. Introducción al "engagement" (interacción):

interactúa con tu comunidad mediante útiles herramientas que te permitirán llegar a otras redes sociales y ahorrar tiempo cuando publiques contenido.

### 4. Extensiones de hootsuite

aprende a compartir contenido desde cualquier lugar de la web con hootlet y a crear una columna de feed de twitter para tu próximo evento con hootfeed.

### 5. Socialbro

- crear listas de twitter a partir del resultado de las búsquedas.
- detectar quienes nos siguen y devolver el follow.
- detectar quien ha dejado de ser follower.
- descubrir nuevos seguidores.
- detectar potenciales spammers, usuarios ruidosos, usuarios influyentes y celebridades.
- visualizar detalladas estadísticas sobre nuestra comunidad que incluyen gráficos de las zonas horarias, idiomas, usuarios por número de seguidores, etc.
- visualizar la distribución de nuestra comunidad alrededor del mundo.
- conocer cuál es la mejor hora para twittear.
- gestionar múltiples cuentas de twitter.
- analizar nuestra competencia.
- analizar cualquier lista de twitter.
- importar listas en archivos de texto.
- exportar datos a archivos excel y pdf.
- añadir notas y etiquetas a nuestros
- realizar campañas de dm para twitter para enviar mensajes directos personalizados a un segmento específico de seguidores.

### 6. Oraquo y atribus

- segmenta y genera listas de marketing en función de los intereses de tus clientes para personalizar tus campañas.
- analiza las fortalezas y debilidades de tus competidores y las oportunidades y amenazas del mercado.
- importa los temas cualitativos relevantes en las conversaciones sobre tu marca o producto.
- genera casos de atención al cliente a partir de las incidencias reportadas en las redes sociales.
- identifica quienes son los 'influencers' en tu mercado y personaliza tu campaña de comunicación para ellos.
- enlaza los contactos de tus bases de datos con sus perfiles sociales para conocer en detalle sus intereses.
- identifica y crea oportunidades comerciales analizando los comentarios en redes sociales de tus clientes potenciales genera reportes para el seguimiento y análisis de tu actividad en social crm.

### 7. Nukesuite

- engage
- escucha
- análisis
- conversión

## **MÓDULO 16: Story telling**

1. Qué papel juega el medio audiovisual en la estrategia de marketing.
2. Cuáles son las diferentes tipologías de video que existen a día de hoy y cómo saber cuál escoger en función de las necesidades de nuestra empresa.



3. Cómo construir una historia efectiva para la estrategia de marketing de la empresa y saber reflejarla en una estrategia audiovisual.
4. Cuáles son las 4p's del storytelling.
5. Qué pasos hemos de tener en cuenta antes de planificar la grabación de un video.
6. Cuáles son los conceptos básicos para poder generar material audiovisual a partir de una planificación en la grabación.
7. Cómo diseñar una estrategia de videomarketing para la empresa.

## **MÓDULO 17: Marca personal**

1. ¿Qué es la marca personal?
2. Fundamentos de la marca personal 2.0 y sus posibilidades de marketing online
3. Mi yo es mi marca en el nuevo mercado laboral
4. Lo que la red dice de ti.
5. Diferencia entre marca personal y reputación online
6. Proceso para gestionar la marca personal.
7. Cómo organizar la marca personal.
8. Youtube y las posibilidades que ofrece un video currículum.
9. Blog personal: el escaparate ideal de bajo coste para darte a conocer
10. Twitter: una buena herramienta para hacer contactos y encontrar empleo
11. facebook. ¿qué hago con mi perfil personal?
12. Uso profesional de linkedin
13. Uso de herramientas de monitorización: hootsuite
14. Redes sociales profesionales en otros países.
15. Aplicaciones complementarias que nos ayudarán a vender nuestra marca personal 2.0 en la web: slideshare. prezzi. powtoon. issuu. kizoa. evernote.
16. Casos prácticos.
17. Gestión de crisis.