

Estrategias de marketing digital (20h)

Objetivos

Aprender a crear estrategias destinadas al cumplimiento del plan de marketing digital establecido por la empresa.

Duración: 20 horas online con una duración de 1 mes en plataforma

Contenidos

UNIDAD	CONTENIDOS
1. Plan de marketing digital	<ul style="list-style-type: none">1.1 Introducción al marketing digital1.2. Nuevas estrategias1.3 Plan de marketing: diseño y evaluación1.4 KPI's para evaluar la efectividad de las acciones1.5 Seguir mejorando1.6 Profundiza
2. Posicionamiento web	<ul style="list-style-type: none">2.1 Posicionamiento web2.2 Buscadores y directorios2.3 Dónde utilizar palabras clave2.4 Técnicas SEO penalizables2.5 Herramientas SEO2.6 Enlaces2.7 Búsquedas2.8 Algoritmos
3. Monitorización, escucha activa y herramientas de marketing digital	<ul style="list-style-type: none">3.1 Conversaciones en plataformas digitales3.2 Acciones en redes sociales: ¿Por qué importa la escucha social?3.3 ¿Cuál es el mejor momento para publicar?3.4 Las mejores herramientas de escucha social: Hootsuite, Talkwalker, Google Analytics y Brandwatch3.5 Herramientas según la red social3.6. ¿Cómo pueden las marcas amortizar estas herramientas y aumentar su valor a través de redes sociales?3.7 Twitter: el mejor banco de opiniones3.8 Calcular el ROI (Return On Investment)3.9 Caso de éxito3.10 Profundiza