MARKETING 2.0

SKU: PD216

Horas 60

OBJETIVOS

- **Objetivo General**
  - Analizar las oportunidades que suponen para una empresa el uso de las nuevas tendencias del marketing en el ámbito 2.0 y las diferentes estrategias que podemos poner en marcha para obtener el máximo rendimiento.

- **Objetivos Específicos**
  - Conocer las nuevas herramientas y procesos que nos propone el entorno 2.0 para su utilización en las estrategias de Marketing 2.0.
  - Comprender el concepto de Web 2.0, sus orígenes y evolución a través de los avances más significativos en las tecnologías al servicio de la comunicación.
  - Mejorar el conocimiento de la Web 2.0, sus principios y herramientas, para utilizarlas en la comunicación, captación y fidelización de clientes, búsqueda de información, análisis de competencia y posicionamiento de la empresa.
  - Aprender a desarrollar nuevas estrategias y procedimientos en los nuevos canales 2.0 como son los blogs, las webs de empresas y las páginas de empresa en las redes sociales.
  - Conocer las diferentes estrategias de Marketing que podemos llevar a cabo en las redes sociales.
  - Aprender a utilizar las redes sociales como herramienta de Marketing.
  - Conocer las diferentes técnicas para fidelizar nuestros clientes y lograr nuevos seguidores a través de un adecuado uso de nuestra cuenta en las redes sociales.
  - Conocer las herramientas básicas que nos ayudarán a profesionalizar el uso de las redes sociales al servicio de una marca.
  - Aprender los elementos básicos para realizar promociones en las redes sociales.
  - Conocer las características básicas del social media marketing para lograr aplicarlos a la empresa.
  - Conocer las nuevas estrategias y herramientas para lograr el posicionamiento que la marca o empresa persigue.
  - Comprender las diferentes estrategias que podemos establecer mediante el AdSense y el Google Ads.
  - Manejar de forma conveniente el SEO para el posicionamiento de una empresa.
  - Lograr establecer una estrategia en SEM mediante pago, para poder habilitar procedimientos por medio de AdSense y AdWords Google Ads para una marca.
  - Conocer el parámetro del ROI y establecer el retorno de inversión deseado para una empresa.
  - Llegar a manejar de forma conveniente la huella digital de una marca para conocer el impacto de la misma en el mercado.
  - Conocer las diferentes estrategias de marketing que pueden ser utilizadas en las redes sociales para lograr los objetivos de la empresa.

- Enumerar las posibilidades que ofrece establecer una adecuada red de contactos en el ámbito virtual de las redes sociales profesionales.
- Saber promocionarse en las redes sociales profesionales que nos interese, según el sector en el que nos situemos profesionalmente.
- Aprender a manejar los medios sociales como un canal para establecer la respuesta de una marca y la atención al cliente.
- Ser capaces de articular una estrategia de marca en medios sociales que comprenda una propuesta de relaciones públicas de la misma con los usuarios.
- Analizar las nuevas tendencias del marketing online.
- Aprender a realizar una planificación de estrategia basada en la comunicación viral.
- Evaluar las posibilidades que nos aporta la gestión de una campaña con marketing viral.
- Conocer algunas de las estrategias y campañas de comunicación viral utilizadas en el mercado actual.
- Ser capaces de comprender las estrategias que plantea el marketing de guerrilla.

CONTENIDO

- **Unidad 1: Introducción al ámbito 2.0.**
  - Introducción a la web 2.0.
    - Las formas de comunicación actual.
    - Comunicación en la web 2.0.
  - Introducción al marketing 2.0.
    - Beneficios del marketing 2.0.
    - Web de empresa.
    - Blog.
    - Tipos de blog.
    - Ventajas para la marca de disponer de un blog.
    - Ejemplos de blogs.
    - Redes sociales.
    - Página de empresa en redes sociales.
    - Tipos de publicaciones.
    - Las preferencias de los usuarios.
    - Conseguir la participación de los seguidores en redes sociales.
    - Logra una mayor difusión.
- **Unidad 2: Estrategias de marketing 2.0.**
  - Widgets.
    - Herramientas de Facebook.
    - Widgets que podemos instalar en Facebook.
    - Herramientas para Twitter.
    - Otras herramientas.
    - Las apps para LinkedIn.
  - Estrategias de marketing en Facebook, Twitter y LinkedIn.
    - Facebook.

        - La publicidad dentro de Facebook.
        - Elementos de una campaña de Facebook I.
        - Elementos de una campaña de Facebook II.
        - Prácticas recomendadas para crear un anuncio.
        - Normas de publicidad en Facebook.
        - Informes y estadísticas.
        - Los juegos sociales.
        - Estrategias de marketing con juegos sociales.
        - Juegos sociales: un mercado para la publicidad.
        - Twitter.
        - Usos de Twitter.
        - Campañas en Twitter.
        - Campañas de éxito en Twitter.
        - LinkedIn.
        - Estrategias de marketing en LinkedIn.
        - Página de empresa en LinkedIn.
        - Página de empresa en LinkedIn: SEO.
    - Canales temáticos: Youtube.
        - El éxito de Youtube.
        - Interés por el video marketing.
        - Creación de un canal de Youtube.
        - Herramientas del video marketing.

- **Unidad 3: Posicionamiento y reputación.**
    - Posicionamiento y reputación.
    - SEO y SEM.
        - SEO.
        - SEM: ADS y Adsense.
        - Google Ads.
    - Huella digital.
    - ROI (Retorno de la inversión) y reputación online.
        - ROI.

- **Unidad 4: Networking en RRSS.**
    - Redes sociales como técnicas de marketing.
    - Estrategias de relaciones públicas.
    - Redes sociales como atención al cliente.
        - Características de la atención al cliente en las redes sociales.
        - Responder antes las críticas.
    - Redes sociales para Recursos Humanos.
        - Redes sociales profesionales.
        - Departamento de Recursos Humanos I.
        - Departamento de Recursos Humanos II.
    - Casos de éxito.

- **Unidad 5: Nuevas tendencias en el marketing online.**

- ¿Qué es el marketing online?
    - Las 4 F del marketing online.
    - Establecer nuestra estrategia de marketing online.
    - Tipos de estrategias de marketing online.
    - Marketing de resultados.
    - Brand Marketing.
    - Social Media Marketing y Marketing de contenidos.
- Estrategias de marketing 2.0.
    - Herramientas de la web 2.0 para marketing.
- Marketing de guerrilla.
- Marketing viral.
    - Estrategias y campañas de comunicación viral.
    - Casos de éxito de campañas de marketing viral.