

El curso de Marketing Digital ofrece al alumno los instrumentos y las herramientas necesarias para definir e implementar estrategias de comunicación y venta a través de internet como recurso de marketing. En este sentido, el alumno adquirirá, tras la formación, conocimientos relacionados con Internet y la nueva era del marketing digital web 2.0: marketing de contenidos, Community Manager, Social Media Plan, Redes Sociales, Marketing en buscadores, analítica web, entre otros. Este curso está dirigido para aquellas personas que quieran adquirir conocimientos o especializarse en el marketing digital, así como para profesionales con experiencia que quieran desarrollar su carrera en el mundo digital de las empresas, la analítica web y las nuevas tecnologías.

En este sentido, durante las seis unidades que conforman esta formación de 60 horas, veremos los siguientes aspectos relacionados con el Marketing Digital:

- Plan de marketing digital.
- Marketing viral.
- Estrategias de marketing online
- Marketing de contenidos y nuevas tendencias.
- El Community Manager y el Social Media Manager.
- Elaboración del Social Media Plan.
- Herramientas básicas del Community Manager.
- Gestión de Social Media.
- Marketing en buscadores (SEO y SEM).
- Analítica web.
- E-commerce o comercio electrónico.

El objetivo general de este curso es formar profesionales capaces de implementar negocios a partir de internet como alternativa a los canales de venta tradicionales así como las estrategias de marketing online idóneas para posicionar, promocionar y difundir negocios en Internet.

En concreto, el curso de Marketing Digital te permitirá:

- Entender el nuevo paradigma del entorno digital.
- Aplicar estrategias de marketing orientadas a la conversión de los negocios online.
- Implementar estrategias de marketing de contenido.
- Conocer y aplicar las principales funciones del Community Manager y el Social Media Manager.
- Poner en marcha un Social Media Plan.
- Profundizar en los social media y las principales redes sociales como elemento primordial del marketing online.
- Comprender los conceptos SEO/SEM como elemento básico para gestionar la presencia en la red, aprendiendo a diferenciar las actividades de posicionamiento natural en buscadores con respecto a la compra de espacios patrocinados.
- Generar e implementar estrategias de marketing a través de las nuevas estrategias: buscadores, redes sociales y blogging.
- Conocer y manejar las principales herramientas de control y seguimiento de resultados, a través de técnicas de analítica web, las propias para el seguimiento de campañas en internet, de optimización de la presencia en la red, y el ratio de retorno de la inversión (ROI).
- Identificar los principales aspectos y tipos de e-commerce o comercio electrónico.