



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso de Marketing de Contenidos. Blogging Corporativo

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso de Marketing de Contenidos. Blogging Corporativo

duración total: 100 horas

horas teleformación: 50 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Este curso online en Marketing de Contenidos (Blogging Corporativo) se ajusta a una de las mayores demandas que tienen las empresas hoy día en internet, que no es otra que ser capaces de captar aquellos usuarios online que puedan estar interesados en sus productos y servicios. Este curso proporciona las herramientas y habilidades necesarias para que el especialista de marketing sea capaz de aplicar de forma efectiva una estrategia inbound marketing a través de la generación de contenidos adaptados y optimizados en un blog corporativo. Genera contenidos que no solo generen búsquedas en internet sino que también conviertan (vendan). INESEM cuenta con los contenidos actuales y aplicados, así como el mejor equipo docente especializado en la materia y a disposición del alumnado.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Planificar y desarrollar una estrategia de marketing de contenidos efectiva y exitosa
- Optimizar el blog corporativo para conseguir el máximo de tráfico y conversiones posible
- Conocer los diferentes tipos de contenidos que podemos trabajar
- Aplicar diferentes herramientas en nuestra estrategia de contenidos
- Monitorizar el cumplimiento de nuestros objetivos a través de KPIs

para qué te prepara

Este curso online en Marketing de Contenidos (Blogging Corporativo) te prepara para planificar y aplicar de forma totalmente independiente y exitosa una estrategia de contenidos enfocada en la ejecución de un blog corporativo. Gracias a este curso tendrás la oportunidad de posicionar mejor tu negocio o el de tu empresa en internet, mejorar la experiencia de usuario e incrementar significativamente la ratio de conversión.

salidas laborales

Recíclate como profesional en marketing digital o especialízate como consultor o responsable de marketing Inbound y de contenidos, especialista SEO, community manager o blogger. Crea un blog corporativo altamente optimizado para generar visibilidad en internet y orientado a mejorar la experiencia del cliente y como no, la ventas y rentabilidad para la empresa.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Marketing de Contenidos. Blogging Corporativo'

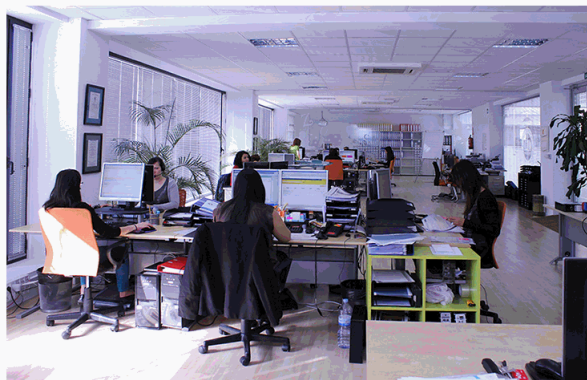


profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.
- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

UNIDAD DIDÁCTICA 1. BLOGGING Y WORDPRESS

1. Definición y funciones del blog
2. Sistema de gestión de contenidos o CMS Wordpress
3. Configuración inicial de WordPress
4. Páginas en Wordpress
5. Diseño del blog
6. Publicación de contenidos
7. Gestión de comentarios
8. Plugins para optimizar el SEO en los blogs

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CURACIÓN DE CONTENIDOS

1. Objetivos de la curación de contenidos
2. Estrategias para la curación de contenidos
3. Preparación previa
4. Las 4S de la content curation
5. Herramientas para la curación de contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEO Y COPYWRITING

1. Introducción al SEO y copywriting
2. SEO Copywriting
3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywriting

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COPYWRITING APLICADO

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Principales Técnicas
5. Apartado "Sobre mí"
6. Consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TIPOS DE CONTENIDOS

1. Contenidos generados internamente
2. Blog
3. Microsites
4. Landing pages
5. Listas de correo
6. Redes sociales
7. Foros de discusión
8. Eventos 2.0
9. Apps
10. Infografías
11. Portfolios digitales de producto
12. FAQ
13. Galerías fotográficas
14. Vídeos
15. Podcasts
16. Libros, manuales, whitepapers, revistas electrónicas y documentos descargables

+ Información Gratis

17. Encuestas, tests y pruebas científicas
18. Sorteos y concursos
19. Reutilización de contenidos
20. Menciones en las redes sociales
21. Comentarios en el blog de la marca
22. Reviews, vídeos reviews, listas y rankings
23. Entrevistas y reportajes en medios online
24. Portales verticales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS

1. Objetivos SMART
2. Segmentación del target
3. Planificación de la estrategia de marketing de contenidos
4. Plan estratégico
5. Seguidores, leads, clientes y prosumidores
6. Plan táctico
7. Calendario editorial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDACCIÓN EN EL BLOG CORPORATIVO

1. ¿Escribimos para Google o para personas?
2. Patrón de lectura web
3. Estructura de la pirámide invertida
4. Romper la uniformidad del texto
5. Guía de estilo
6. Las palabras clave en el marketing de contenidos
7. Consejos para la búsqueda y para añadir palabras clave
8. Contenidos originales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE CONTENIDOS

1. CMS (Content Management System)
2. Ejemplo de CMS: Wordpress
3. Herramientas para publicar contenidos en redes sociales
4. Acortadores de URL
5. Listas de correo y suscriptores
6. MailChimp
7. Newsletters

UNIDAD DIDÁCTICA 10. KPIS PARA MARKETING DE CONTENIDOS

1. Métricas web
2. Usuarios
3. Páginas vistas
4. Porcentaje de rebote
5. Datos geográficos
6. Mapas de calor
7. Fuentes de tráfico
8. Duración media de la sesión
9. Métricas sociales
10. Seguimiento de clics en redes sociales
11. Alcance en Facebook
12. "Me gusta", comentarios y compartidos en Facebook
13. Interacciones con el contenido de Twitter
14. Social bookmark del blog
15. Comentarios en el blog
16. Métricas email
17. Métricas de negocio
18. Conversión

19.ROI

+ Información Gratis