INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Experto de Social Media Marketing y Estrategia Digital

+ Información Gratis

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

Curso Experto de Social Media Marketing y Estrategia Digital

duración total: 430 horas ***horas teleformación:*** 215 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El marketing se ha convertido en una disciplina clave en la gestión empresarial. Dentro de él, Internet y las redes sociales han demostrado tener un enorme potencial futuro tanto para la comunicación en general, como para su aplicación directa en la empresa.
Este curso te prepara para la apasionante tarea de gestión de estrategias de marketing online así como para establecer la estrategia social media en concordancia con los objetivos generales de la empresa.

a quién va dirigido

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

objetivos

- Analizar las características de Internet como medio del marketing online, así como las funciones y objetivos del marketing digital.
- Estudiar las 4F's del marketing online y las diferentes formas del marketing en Internet.
- Conocer las herramientas de investigación de las que disponemos en marketing digital.
- Conocer las principales características de la web 2.0, sus ventajas y sus aplicaciones en marketing.
- Estudiar las distintas estrategias que podemos llevar a cabo en redes sociales: visibilidad, reputación online, identidad digital, etc.
- Estudiar las competencias y responsabilidades de un social media manager.
- Conocer las distintas herramientas para la gestión y monitorización de los perfiles de redes sociales en la web 2.0.

para qué te prepara

Con este curso el alumno adquirirá los conocimientos técnicos y teóricos en el ámbito del marketing digital, la web 2.0 y las redes sociales. Además de conocer las formas del marketing en Internet y las herramientas de las que disponemos para realizar investigación comercial en Internet, el alumno aprenderá las distintas aplicaciones que nos aporta la web 2.0 así como a integrar la estrategia social media dentro de la estrategia corporativa de la empresa. Además se hará hincapié en los aspectos legales de las redes sociales y en los objetivos que se definen en social media, así como la medición del cumplimiento de dichos objetivos y del éxito de la estrategia trazada.

salidas laborales

Agencias de Publicidad Online, Técnicos en Marketing y Comunicación Online, Social Media Manager, Responsable de comunicación, comercio electrónico y, en general, en cualquier empresa que se lleve a cabo una estrategia de marketing online.

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 direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — 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 'Introducción al Marketing de Buscadores'
- Manual teórico 'Estrategia de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Aplicación del Copywriting'
- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'Atención al Cliente en Social Media'
- Manual teórico 'Seo Onpage y Seo Offpage'

profesorado y servicio de tutorías

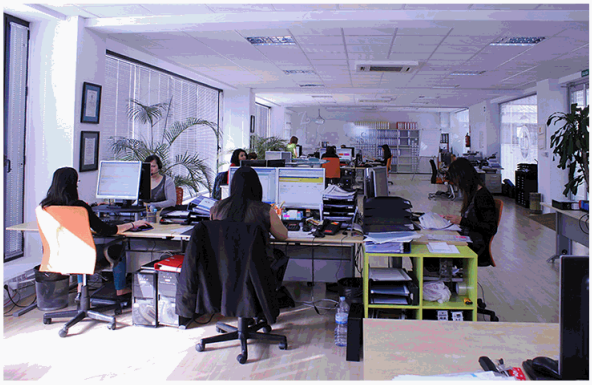
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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 inesem 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

+ Información Gratis

programa formativo

MÓDULO 1. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1.Concepto y evolución del Social Media
2.Tipos de redes sociales
3.La importancia actual del social media
4.Prosumer
5.Contenido de valor
6.Marketing viral
7.La figura del Community Manager
8.Social Media Plan
9.Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1.Primero pasos con Facebook
2.Facebook para empresas
3.Configuración de la Fanpage
4.Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5.Tipo de publicaciones
6.Creación de eventos
7.Facebook Marketplace
8.Administración de la página
9.Facebook Insights
10.Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1.Introducción a Instagram
2.Instagram para empresas
3.Creación de contenido
4.Uso de Hashtags
5.Instagram Stories
6.Herramientas creativas
7.Colaboración con influencers
8.Principales estadísticas
9.Actualiaciones de instagram
10.Funcionalidades de la versión de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

1.Introducción a X Corp.
2.Elementos básicos de X Corp.
3.X Corp para empresas
4.Servicio de atención al cliente a través de X Corp.
5.Contenidos
6.Uso de Hashtags y Trending Topic
7.X Corp. Analytics
8.TweetDeck
9.Audiense
10.Hootsuite
11.11. Funcionalidades de la versión premium

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1.Introducción a LinkedIn
2.LinkedIn para empresas

3.Creación de perfil y optimización
4.Grupos
5.SEO para LinkedIn
6.Analítica en LinkedIn
7.LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1.Introducción a Youtube
2.Vídeo Marketing
3.Crear una canal de empresa
4.Optimización del canal
5.Creación de contenidos
6.Gestión de comentarios
7.Youtube Analytics
8.Youtube vs Vimeo
9.Keyword Tool
10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

1.Introducción a Twitch
2.El éxito de Twitch
3.Generar suscriptores en Twitch
4.Contenidos y recomendaciones
5.Twitch e influencers
6.Streamlabs
7.Publicidad en Twitch
8.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1.¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2.Creación de contenido en TikTok
3.Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges…)
4.El papel del marketing en Tiktok
5.Tiktok e influencers
6.Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1.Introducción a Facebook Ads
2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3.Segmentación: públicos
4.Presupuesto
5.Formatos de anuncios
6.Ubicaciones
7.Administrador de anuncios
8.Seguimiento y optimización de anuncios
9.Pixel de Facebook
10.Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

1.Objetivos publicitarios
2.Audiencias en X Corp
3.Tipos de anuncios
4.Administrador de anuncios
5.Creación de campañas y optimización
6.X Corp. Cards
7.Instalación código de seguimiento

8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1.Introducción a LinkedIn Ads
2.Formatos de anuncios
3.Objetivos publicitarios
4.Creación de campañas
5.Segmentación
6.Presupuesto
7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1.Ventajas de la publicidad en Youtube
2.Youtube y Google Adwords
3.Tipos de anuncios en Youtube
4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5.Creación de anuncios desde Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

1.Introducción a TikTok Ads Manager
2.Creación de una campaña de publicidad en TikTok
3.Tipos de contenidos y herramientas clave
4.Seguimiento y monitorización de los resultados

MÓDULO 2. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SOCIAL CRM

1.Introducción
2.Marketing relacional
3.Experiencia del usuario
4.Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

1.Introducción
2.Escucha activa
3.Uso de chatbots en Facebook Messenger
4.Información de la Fanpage
5.Gestión de Comentarios
6.Reseñas o valoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

1.Introducción
2.Información básica del perfil
3.Agregar un botón de mensaje
4.Configurar mensajes de bienvenida
5.Deep Links
6.Monitorización
7.Gestión de comentarios
8.Gestionar crisis de reputación en Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

1.Introducción
2.Información básica del perfil
3.Instagram Direct
4.Gestión de comentarios
5.Herramientas de Análisis y monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1.Definir la estrategia
2.Cuentas específicas

+ Información Gratis

3.Identificación del equipo
4.Definir el tono de la comunicación
5.Protocolo de resolución de problemas
6.Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7.Monitorización
8.Gestión, seguimiento y fidelización
9.Medición de la gestión de atención al cliente

MÓDULO 3. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1.Importancia del SEO
2.Funcionamiento de los buscadores
3.Google: algoritmos y actualizaciones
4.Cómo salir de una penalización en google
5.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos de SEM
3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
4.Primer contacto con google ADS
5.Creación de anuncios de calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1.Qué es un CMS
2.Ventajas e inconvenientes de los CMS
3.WordPress y woocommerce
4.Prestashop y magento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS 4

1.¿Qué es Google Analytics 4?
2.Diferencias con respecto a Universal Analytics
3.Implementación de Google Analytics 4
4.Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5.Los espacios de identidad
6.Ventajas de Google Analytics 4
7.Desventajas de Google Analytics 4

MÓDULO 4. SEO ONPAGE Y SEO OFFPAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB

1.Estructura de una web
2.Análisis de metadatos
3.Elementos html
4.Hoja de estilo CSS
5.SEO en HTML

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FIJANDO OBJETIVOS SEO

1.Introducción
2.Información útil, información fresa
3.Flash, el problema del invisible
4.Densidad de palabra clave
5.Long Tail, la larga cola de palabra clave
6.Marketing en internet: captando visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. USABILIDAD

1.Introducción

2.Experiencia de usuario -UX
3.Diseño centrado en el usuario
4.Prototipado y diseño de interacción
5.Evaluación de Usabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ALGORITMO DE GOOGLE

1.Funcionamiento del algoritmo de Google
2.Actualizaciones más relevantes
3.Posibles penalizaciones
4.Recomendaciones y buenas prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE LOS METADATOS

1.Etiquetas meta name
2.Etiqueta meta description
3.Etiqueta meta Keyword
4.Etiqueta meta Robots
5.Etiqueta meta viewport
6.Etiqueta meta nosnippet
7.etiqueta meta http-equiv
8.Etiqueta Title

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS Y PLUGINS

1.Herramientas para la optimización del SEO on Page
2.Qué es un plugin
3.Plugins para la optimización del SEO on Page

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO

1.Cómo es un enlace entrante
2.Consideraciones de los enlaces entrantes
3.Análisis de enlaces
4.Otras consideraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LINKBUILDING

1.Introducción al linkbuilding
2.Consideraciones importantes sobre linkbuilding
3.Principales técnicas de linkbuilding
4.Estrategia de linkbuilding natural

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LINKBAITING

1.Introducción al linkbaiting
2.Marketing de Contenidos
3.Storytelling
4.Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEO ESPECIALIZADO

1.SEO local
2.Search y social media
3.SEO mobile
4.SEO internacional
5.Auditoría SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 11. AUDITORÍA SEO PASO A PASO

1.Consideraciones previas y herramientas clave
2.Estudio inicial
3.Auditoría SEO on Page
4.Auditoría SEO off Page
5.Informe de seguimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SEO PARA BLOGS Y WORDPRESS

1.Blogs

+ Información Gratis

2.Cómo hacer un blog en Wordpress
3.Plugins para optimizar el SEO en los blogs

MÓDULO 5. ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

1.¿Qué es el Inbound Marketing?
2.Marketing de Contenidos
3.Marketing viral
4.Video Marketing
5.Reputación online
6.Importancia del funnel o embudo de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASE DE ATRACCIÓN

1.Sistema de Gestión de contenidos CSM
2.Los blogs Wordpress
3.Posicionamiento SEO
4.Social Media

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE CONVERSIÓN

1.Introducción
2.Formularios
3.Call to action
4.Landing Pages
5.Pruebas A/B
6.Optimización de la tasa de conversión (CRO)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE

1.Introducción
2.Marketing Relacional
3.Gestión de relaciones con los clientes CRM
4.Email marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE

1.Introducción
2.Encuestas
3.Contenido inteligente
4.Monitorización Social

MÓDULO 6. APLICACIÓN DEL COPYWRITING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1.¿Qué es el copywriting?
2.Conectar, emocionar y convencer
3.Principales técnicas de copywriting
4.SEO para Copywriting
5.La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COPYWRITING PARA E-COMMERCE

1.Introducción
2.La Homepage
3.Los menús
4.Fichas de producto
5.Descripción de los servicios
6.Página ¿quiénes somos?
7.Página de contacto
8.Página preguntas frecuentes
9.Carrito de la compra, chekout y agradecimiento
10.Envío de emails

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COPYWRITING PARA PERSONAL BRANDING

1. Introducción
2. Definir tu marca y el estilo
3. Identificar y definir tu público objetivo o audiencia
4. Creación de lista de contactos
5. Páginas personal corporativa
6. Blog personal
7. Uso de las redes sociales
8. Plan de Comunicación