



Formación Bonificable



Fundación Estatal  
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

Teleformación

info@atecid.com

## Marketing 2.0

## 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.

## Contenidos

Marketing 2.0	Tiempo estimado
<p><b>Unidad 1:</b> Introducción al ámbito 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción a la web 2.0.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Las formas de comunicación actual.</li> <li>○ Comunicación en la web 2.0.</li> </ul> </li> <li>• Introducción al marketing 2.0.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Beneficios del marketing 2.0.</li> <li>○ Web de empresa.</li> <li>○ Blog.</li> <li>○ Tipos de blog.</li> <li>○ Ventajas para la marca de disponer de un blog.</li> <li>○ Ejemplos de blogs.</li> <li>○ Redes sociales.</li> <li>○ Página de empresa en redes sociales.</li> <li>○ Tipos de publicaciones.</li> <li>○ Las preferencias de los usuarios.</li> <li>○ Conseguir la participación de los seguidores en redes sociales.</li> <li>○ Logra una mayor difusión.</li> </ul> </li> </ul>	11,75 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	45 minutos
Tiempo total de la unidad	13 horas

<p><b>Unidad 2:</b> Estrategias de marketing 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Widgets. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Herramientas de Facebook.</li> <li>○ Widgets que podemos instalar en Facebook.</li> <li>○ Herramientas para Twitter.</li> <li>○ Otras herramientas.</li> <li>○ Las apps para LinkedIn.</li> </ul> </li> <li>• Estrategias de marketing en Facebook, Twitter y LinkedIn. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Facebook.</li> <li>○ La publicidad dentro de Facebook.</li> <li>○ Elementos de una campaña de Facebook I.</li> <li>○ Elementos de una campaña de Facebook II.</li> <li>○ Prácticas recomendadas para crear un anuncio.</li> <li>○ Normas de publicidad en Facebook.</li> <li>○ Informes y estadísticas.</li> <li>○ Los juegos sociales.</li> <li>○ Estrategias de marketing con juegos sociales.</li> <li>○ Juegos sociales: un mercado para la publicidad.</li> <li>○ Twitter.</li> <li>○ Usos de Twitter.</li> <li>○ Campañas en Twitter.</li> <li>○ Campañas de éxito en Twitter.</li> <li>○ LinkedIn.</li> <li>○ Estrategias de marketing en LinkedIn.</li> <li>○ Página de empresa en LinkedIn.</li> <li>○ Página de empresa en LinkedIn: SEO.</li> </ul> </li> <li>• Canales temáticos: Youtube. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El éxito de Youtube.</li> <li>○ Interés por el video marketing.</li> <li>○ Creación de un canal de Youtube.</li> <li>○ Herramientas del video marketing.</li> </ul> </li> </ul>	<p>17,5 horas</p>
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 02</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Actividad de Evaluación UA 02</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>19 horas</p>

<p><b>Unidad 3:</b> Posicionamiento y reputación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento y reputación.</li> <li>• SEO y SEM.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ SEO.</li> <li>○ SEM: ADS y Adsense.</li> <li>○ Google Ads.</li> </ul> </li> <li>• Huella digital.</li> <li>• ROI (Retorno de la inversión) y reputación online.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ROI.</li> </ul> </li> </ul>	6,75 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	45 minutos
Tiempo total de la unidad	8 horas
<p><b>Unidad 4:</b> Networking en RRSS.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales como técnicas de marketing.</li> <li>• Estrategias de relaciones públicas.</li> <li>• Redes sociales como atención al cliente.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Características de la atención al cliente en las redes sociales.</li> <li>○ Responder antes las críticas.</li> </ul> </li> <li>• Redes sociales para Recursos Humanos.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Redes sociales profesionales.</li> <li>○ Departamento de Recursos Humanos I.</li> <li>○ Departamento de Recursos Humanos II.</li> </ul> </li> <li>• Casos de éxito.</li> </ul>	8,75 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 04	45 minutos
Tiempo total de la unidad	10 horas

<p><b>Unidad 5:</b> Nuevas tendencias en el marketing online.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es el marketing online? <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Las 4 F del marketing online.</li> <li>○ Establecer nuestra estrategia de marketing online.</li> <li>○ Tipos de estrategias de marketing online.</li> <li>○ Marketing de resultados.</li> <li>○ Brand Marketing.</li> <li>○ Social Media Marketing y Marketing de contenidos.</li> </ul> </li> <li>• Estrategias de marketing 2.0. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Herramientas de la web 2.0 para marketing.</li> </ul> </li> <li>• Marketing de guerrilla.</li> <li>• Marketing viral. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estrategias y campañas de comunicación viral.</li> <li>○ Casos de éxito de campañas de marketing viral.</li> </ul> </li> </ul>	<p>9 horas</p>
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 03</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Actividad de Evaluación UA 03</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>10 horas</p>
<p><b>5 unidades</b></p>	<p><b>60 horas</b></p>