



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>Unidad 1: Introducción al ámbito 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la web 2.0. <ul style="list-style-type: none"> ○ Las formas de comunicación actual. ○ Comunicación en la web 2.0. • Introducción al marketing 2.0. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. 	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>Unidad 2: Estrategias de marketing 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Widgets. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ El éxito de Youtube. ○ Interés por el video marketing. ○ Creación de un canal de Youtube. ○ Herramientas del video marketing. 	<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>Unidad 3: Posicionamiento y reputación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento y reputación. • SEO y SEM. <ul style="list-style-type: none"> ○ SEO. ○ SEM: ADS y AdSense. ○ Google Ads. • Huella digital. • ROI (Retorno de la inversión) y reputación online. <ul style="list-style-type: none"> ○ ROI. 	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>Unidad 4: Networking en RRSS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales como técnicas de marketing. • Estrategias de relaciones públicas. • Redes sociales como atención al cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de la atención al cliente en las redes sociales. ○ Responder antes las críticas. • Redes sociales para Recursos Humanos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Redes sociales profesionales. ○ Departamento de Recursos Humanos I. ○ Departamento de Recursos Humanos II. • Casos de éxito. 	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>Unidad 5: Nuevas tendencias en el marketing online.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el marketing online? <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ Herramientas de la web 2.0 para marketing. • Marketing de guerrilla. • Marketing viral. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategias y campañas de comunicación viral. ○ Casos de éxito de campañas de marketing viral. 	<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>5 unidades</p>	<p>60 horas</p>