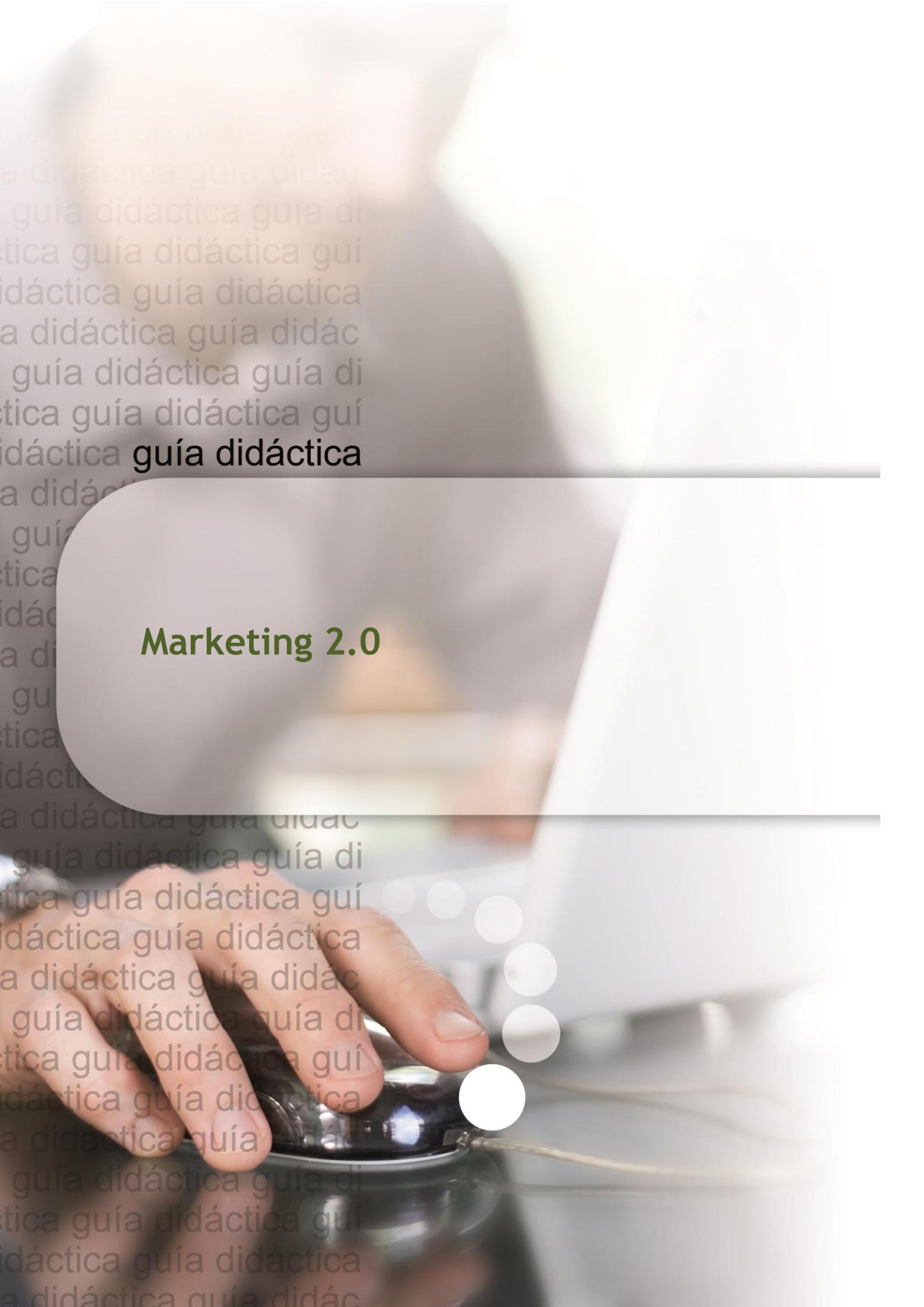


Marketing 2.0



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
Unidad 1: Introducción al ámbito 2.0.	
<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

Unidad 2: Estrategias de marketing 2.0.

- Widgets.
 - 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.
 - 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.
 - El éxito de Youtube.
 - Interés por el video marketing.
 - Creación de un canal de Youtube.
 - Herramientas del video marketing.

17,5 horas

Cuestionario de Autoevaluación UA 02

30 minutos

Actividad de Evaluación UA 02

1 hora

Tiempo total de la unidad

19 horas

Unidad 3: Posicionamiento y reputación.	
<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
Unidad 4: Networking en RRSS.	
<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

Unidad 5: Nuevas tendencias en el marketing online.	9 horas
<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. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	10 horas
5 unidades	60 horas