

## DIPLOMA DE APROVECHAMIENTO

Don/Dña **Elizabeth Marañón Coca**

NIF **72463351b** ha realizado con aprovechamiento la acción formativa

### **COMM030PO - MARKETING ON LINE EN EL SECTOR DE LA CONSULTORÍA (AF 1 GR 4)**

Realizada en modalidad **Presencial AV**, desarrollada entre los días **12/11/25** y **02/12/25**, con un total de **30** horas, perteneciente al programa de formación de ámbito estatal para trabajadores prioritariamente ocupados, con número de expediente **F241054AA**, acción **1** y grupo **4**.

El curso ha sido impartido por la entidad beneficiaria impartidora **IPARTEK SERVICIOS INFORMÁTICOS** con los contenidos que se detallan al reverso.

---

Firma y Sello Responsable Académico

---

Firma del Trabajador/a

**Ipartek**  
servicios informáticos  
*Hernández*

## CONTENIDO:

1. Introducción al marketing en Internet
  1. Evolución de la web: desde la web 1.0 hasta la web 3.0.
  2. La era de la web social (web 2.0).
  3. Cambio de paradigma: de la pasividad a la participación del usuario.
2. El marketing en línea en el sector de la consultoría
  1. Definición y estrategias de marketing digital.
  2. El marketing de resultados
    1. Marketing en buscadores: PPC vs. SEO vs. SEM.
    2. Redes de afiliados.
  3. Brand marketing.
  4. Social media marketing.
  5. La función del community manager.
  6. Blogging corporativo.
  7. Buzz y viral marketing.
  8. Análisis y medición de resultados. Bienvenidos a la analítica web y la gestión de clientes.
3. Las herramientas web 2.0
  1. Tipologías de los medios sociales relacionados con el sector.
  2. Herramientas web 2.0 para promocionar e incrementar la visibilidad de un negocio en Internet.
  3. Análisis de experiencias empresariales y ejemplos que utilizan correctamente estas herramientas en su estrategia de marketing.
4. Social media marketing
  1. ¿Por qué el SMM?
  2. Posibilidades y dificultades de social media marketing.
  3. Factores clave del SMM.
  4. Introducción al SMO (social media optimization).
  5. Estrategias de social media.
  6. El papel de la empresa y del nuevo consumidor.
5. Proyecto práctico: contenidos prácticos
  1. Creación y diseño de nuestra propia estrategia de social media marketing.