

¿Qué es el Marketing Digital y Web 2.0?

➤ **Duración: 60 horas.**

➤ **Objetivos:**

Las redes sociales han propiciado un nuevo concepto de marketing y relaciones públicas al que cada día acuden más profesionales, y cuyos resultados son sorprendentes. El presente curso dotará al alumno de los conocimientos necesarios para conocer que es el Marketing Digital y Web 2.0.

➤ **Contenidos:**

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A INTERNET

1. Internet
2. La Web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NUEVAS NORMAS DEL MARKETING Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. La teoría de la Larga Cola
2. La importancia del contenido
3. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas
4. Afinidad entre el marketing y las relaciones públicas en la Web

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREAR SU PROPIA ESTRATEGIA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción
2. Establecer los objetivos de la empresa
3. Prototipos de comprador
4. Perfiles del prototipo de comprador
5. Acercarnos a los cargos directivos
6. ¿Qué importancia tiene establecer los prototipos de comprador?
7. La jerga del comprador
8. ¿Qué quiere que los consumidores piensen de su empresa?
9. Llegar a los compradores a través del contenido
10. Obama, el ejemplo a seguir

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. Introducción
2. Facebook

3. MySpace
4. Twitter
5. Promoción personal en las redes sociales
6. Cuidar la relación con tus fans
7. La red social adecuada para su marca
8. Abarcar todas las redes sociales es imposible
9. Sacar el máximo partido a las redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA WEB 2.0

1. La Web 2.0
2. Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
3. Las tecnologías en la web 2.0
4. Ventajas de la Web 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES APLICACIONES DE LA WEB 2.0

1. Introducción
2. Blogs
3. Marcadores sociales
4. Servicios de alojamiento y gestión de fotografía y vídeo
5. Wikis
6. Aplicaciones en línea
7. Podcast