



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Curso Práctico: Experto en Marketing en Internet y Publicidad Digital

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Durante los últimos años hemos tenido el privilegio de ser testigos de los grandes avances e innovaciones en tecnológicas tales como telefonía móvil, Internet, televisión digital, etc. En estos momentos estamos inmersos en la ya comúnmente conocida como “tercera revolución”, y es que los medios digitales han convulsionado las formas de comunicación. La pretensión de este curso es enseñar al alumno las bases del Marketing On-line, aquellos aspectos más relevantes en su práctica, y como integrarlo con el resto de nuestras acciones comerciales.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A INTERNET

1. Internet
2. La Web

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. EL MARKETING DE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA

1. Introducción
2. Ser el primero en los resultados de Google
3. Optimizar el motor de búsqueda
4. La larga cola de las búsquedas
5. Originalidad
6. Motivar la acción a través de las páginas de destino de la Web
7. En un mercado dividido ¿Cómo es el marketing de los motores de búsqueda?

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

1. Herramientas de Marketing Mix
2. Herramientas de comunicación de Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Marketing
3. El proceso de Marketing
4. El mercado y los consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO WEB

1. Preliminares
2. Antes que nada...
3. La importancia del posicionamiento en buscadores
4. Posicionamiento natural vs posicionamiento patrocinado
5. Palabras clave
6. Marketing online y posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS DE POSICIONAMIENTO NATURAL

1. Preliminares
2. Primeros pasos
3. ¿Qué determina la posición de un sitio Web en el ranking?
4. Factores internos
5. Factores externos
6. Monitorización: mi sitio Web...

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO PATROCINADO

1. Preliminares
2. Aspectos que no debemos perder de vista
3. Programas publicitarios
4. Distribución de anuncios: redes
5. Redacción del anuncio
6. Grupos de anuncios
7. ¿Me interesa ser el número uno en el ranking?

8. Landing page
9. Monitorizando los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MIDIENDO LA EFICACIA DEL POSICIONAMIENTO

1. Preliminares
2. Google Analytics
3. Cálculo del ROI
4. La interpretación de la medición



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es