



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## Técnico en Marketing Online

---

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

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

---

### OBJETIVOS

Este curso en Marketing Online le ofrece una formación especializada en la materia. Todos creemos conocer qué es y para qué sirve Internet hoy en día, pero como muchos saben, esto no es del todo cierto, ya que Internet es algo vivo que cambia y evoluciona con una rapidez sorprendente. La mayoría de las empresas se esfuerzan por diseñar páginas web que agraden a sus clientes, pero desafortunadamente muchas de ellas desconocen, o simplemente se olvidan de que, para alcanzar el nivel de visibilidad en Internet deseado es necesario disponer de una correcta estrategia online que consiga integrar en Internet todos los procesos publicitarios y comerciales de su negocio. Este curso ofrece una formación especializada en Marketing Online.

### CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y Objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del marketing digital

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO WEB. SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

1. Introducción
2. ¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
3. Posicionamiento natural o patrocinado
4. Palabras más buscadas
5. Posicionamiento y marketing Online
6. ¿Qué buscan sus visitantes en Internet?
7. ¿Cuándo hacemos SEO?
8. En qué se basa el SEO
9. SEO vs SEM

## UNIDAD DIDÁCTICA 4 . POSICIONAMIENTO PATROCINADO (SEM)

1. Aspectos del posicionamiento publicitario

2. Comprar un anuncio
3. Ubicación de los anuncios
4. Creación del anuncio
5. Formas de pago de los anuncios
6. Conjuntos de palabras clave
7. ¿Cómo podemos ser los primeros en el ranking?
8. Pagina de aterrizaje
9. Creación y planificación de campañas
10. Supervisar los resultados
11. Acciones de contingencia

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. FUNDAMENTOS DE LAS REDES SOCIALES

1. Origen de las Redes Sociales
2. Marcadores Sociales
3. Ventajas y desventajas del uso de redes sociales
4. Social Media Mobile
5. Como integrar las Redes Sociales en la Estrategia Corporativa

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS REDES SOCIALES TRADICIONALES

1. Facebook
2. - Introducción
3. - Conceptos básicos del uso de Facebook
4. - Registro en Facebook
5. - Página principal de usuario
6. - Tipos de Perfiles
7. - Herramientas Facebook para Empresas
8. - Facebook en los móviles
9. Twitter
10. - Introducción
11. - Conceptos básicos para el uso de Twitter
12. - Registro en Twitter
13. - Página principal de usuario

14. - Twitter para empresas
15. Google +
16. - Introducción
17. - Conceptos Básicos para el uso de Google +
18. - Registro
19. - Página Principal de Usuario
20. - Nuestro Perfil
21. - Los Círculos

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. OTRAS REDES SOCIALES

1. LinkedIn
2. - Introducción
3. - Registro en LinkedIn
4. - Vamos a utilizar LinkedIn
5. - Acciones que vamos a realizar en LinkedIn
6. - LinkedIn para empresas
7. Instagram
8. - Introducción
9. - Conceptos Básicos para el uso de Instagram
10. - Registro
11. - Página Principal de Usuario
12. - Instagram para empresas

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. BLOGS

1. ¿Qué es un blog?
2. El blog como herramienta de marketing en la empresa
3. 3. Plataformas de Blogs
4. Herramientas Avanzadas de Monitorización

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. ANALÍTICA WEB BÁSICA PARA SEO

1. Introducción

2. Google Analytics
3. Instalación
4. Identificación de segmentos
5. Obtención de informes
6. Creación, planificación, ejecución y evaluación de campaña

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de tu reputación online
2. Herramientas y consejos para monitorizar online
3. Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?
4. Creación de sistema de escucha/alertas
5. Importancia de opiniones en la red

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL PROCESO DE COMPRA EN E-COMMERCE

1. 1. Fases del proceso de compra
2. Carro de la compra
3. Cadena de valor en comercio electrónico
4. Beneficios de internet y del comercio electrónico



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)