

Curso

Marketing Online

(15 horas)

Concello Da Coruña

Introducción

El siguiente temario corresponde al curso de iniciación al marketing online especialmente diseñado para el Concello da Coruña.

En este curso se partirá de cero en las distintas ramas del marketing online, adaptando el temario del curso según los distintos niveles del alumnado.

El objetivo último de este curso es dar una visión global acerca del marketing online de cara a que cada empresa del centro de coworking tenga una herramienta más a la hora de decidir por qué vía o vías escoge a nivel recursos e inversión de cara a una consecución de objetivos de negocio.

El temario del curso estará compuesto por un tema para cada área general del marketing online (posicionamiento web, publicidad online, email marketing, redes sociales, afiliación y analítica digital), precedido de un módulo introductorio y un módulo final de estrategia digital, una vez vistas todas las herramientas.

Durante la totalidad del curso se verán ejemplos reales de startups y empresas consolidadas, así como herramientas profesionales del sector del marketing online.

Temario

1. Introducción al marketing digital (1 hora)

Este módulo servirá de presentación del ecosistema digital actual y la importancia de cada una de las ramas tanto en la vertiente online como offline de un proyecto y su peso a la hora de realizar un plan de marketing general en la empresa.

2. Posicionamiento web (3 horas)

En el segundo módulo de este curso nos centraremos en el posicionamiento web (SEO), que suele ser la captación primaria de tráfico y visitas en la mayoría de los proyectos online.

Dentro de estas tres horas veremos los fundamentos del algoritmo de Google Search, nos centraremos en el SEO on-page, off-page y de comportamiento, así como daremos pinceladas acerca de las penalizaciones más importantes y la función del contenido en el posicionamiento actual.

3. Publicidad online (2 horas)

En el tercer módulo veremos cómo funciona la publicidad online, con especial foco en Google AdWords y sus diferentes vertientes (Search, Display, Shopping, etc.), así como el funcionamiento de la plataforma de Google AdWords y sus factores principales.

Por otro lado, compararemos el rendimiento de la publicidad de Google AdWords frente a sus principales competidores en el sector: La publicidad programática y el patrocinio de sitios de terceros.

4. Email marketing (2 horas)

El email marketing es la rama del marketing online con la que se alcanzan mayores retornos de la inversión (ROI), por ello es fundamental dedicarle un módulo único.

En este módulo veremos las principales herramientas de email marketing, así como estrategias de captación y automatización de emails pensados en lograr un objetivo, normalmente una venta final.

5. Redes Sociales (2 horas)

En el módulo de redes sociales no sólo veremos las redes sociales más importantes en la actualidad, también pondremos en común los puntos fuertes y débiles de cada una de ellas con los proyectos empresariales.

Por otro lado, en torno a la mitad de este módulo estará dedicado a la publicidad en redes sociales, verdadera punta de lanza de las estrategias digitales en proyectos empresariales en Social Media y sus diferentes tipologías.

6. Afiliación (1 hora)

El marketing de afiliación es uno de los grandes desconocidos en el mundo hispano pero puede dar un plus de competitividad en una startup gracias al bajísimo riesgo que supone utilizarlo.

Por ello dedicaremos un breve módulo de una hora a repasar qué es el marketing de afiliación, qué plataformas existen y cómo poder sacarle el máximo partido.

7. Analítica Digital (2 horas)

La analítica digital siempre es la piedra angular donde se desarrollan las estrategias de marketing a alto nivel o de proyectos complejos.

Durante estas dos horas veremos las soluciones mayoritarias de analítica digital del mercado y, por otro lado, también veremos ejemplos reales de KPI's y cuadros de mando que pueden usar las empresas del centro de coworking de cara a medir mejor sus objetivos de negocio.

8. Estrategia global (2 horas)

Para finalizar el curso proponemos un módulo de dos horas de duración el cual se conecten todas las distintas ramas del marketing online antes descritas, para que los asistentes a este curso puedan relacionar cada una de ellas y sus fortalezas de cara al objetivo final: Mejorar la venta online.