

Experto en Herramientas de Marketing de Google y Social Media

Familia profesional: Marketing Digital

Modalidad: Teleformación

Duración: 60 horas

Objetivos:

- Ofrecer una visión práctica de cómo las RRSS pueden ser de utilidad para la empresa.
- Crear la red social que más le interesa a tu empresa.
- Aprovechar todo el potencial del Social Media.
- Aprender a crear y gestionar una cuenta de Google Adwords.
- Crear campañas orientadas por palabras clave y por ubicación.

Contenidos:

Social Media.

UD1. Introducción a la web 2.0.

- 1.1. Historia de Internet.
- 1.2. Origen de la Web 2.0.
- 1.3. Características de las Redes Sociales.
- 1.4. Perfil del usuario en Social Media.
- 1.5. Las marcas en la Web 2.0.
- 1.6. Hacia dónde se dirige la Web 2.0.
- 1.7. Manifiesto Cluetrain.

UD2. Gestor de comunidad o community manager.

- 2.1. ¿Qué es un Gestor de Comunidad o Community Manager?.
- 2.2. Características del Community Manager.
- 2.3. Funciones del Community Manager.
- 2.4. Cómo es el día a día de un Community Manager.
- 2.5. Responsabilidades del Gestor de Comunidad.
- 2.6. Por qué es necesario un Community Manager.
- 2.7. Consejos para futuros Gestores de Comunidad.

UD3. Redes sociales: tipos y usos (i).

- 3.1. Facebook.

3.2. Twitter.

3.3. LinkedIn.

UD4. Redes sociales: tipos y usos (ii).

4.1. YouTube.

4.2. Flickr.

4.3. Foursquare.

4.4. Google +.

4.5. Otras Redes Sociales: Vimeo, Pinterest, Instagram, Xing y Tuenti.

UD5. Generación de contenidos. Creación de blogs.

5.1. Géneros periodísticos.

5.2. Los medios de comunicación el Internet.

5.3. El contenido de las páginas webs.

5.4. Blogs.

5.5. Foros.

5.6. La generación de contenidos en las Redes Sociales.

5.7. ¿Cómo actúa el usuario en un espacio web?.

5.8. Sobre la propiedad intelectual.

UD6. Herramientas para la medición de las redes sociales.

6.1. Herramientas para varias Redes Sociales.

6.2. Herramientas para Twitter.

6.3. Herramientas para Facebook.

6.4. Herramientas para Pinterest.

6.5. Herramientas para Google +.

6.6. Herramientas Instagram.

UD7. Estrategia para actuar con éxito en social media.

7.1. ¿Cuál es nuestro punto de partida?.

7.2. ¿Cuáles son nuestros objetivos?.

7.3. ¿Cuál es nuestro público objetivo?.

7.4. ¿Qué herramientas plantearemos?.

7.5. ¿Cómo saber si la estrategia de Social Media funciona?.

UD8. Analítica: medición e interpretación de resultados.

8.1. Google Analytics.

8.2. Google Insights.

8.3. Facebook Insights.

8.4. YouTube Insights.

8.5. LinkedInInsights.

UD9. ¿Qué es SEO?.

9.1. ¿Qué es SEO?.

9.2. Breve historia sobre el SEO.

9.3. Ya sabemos qué es SEO, ¿pero qué es SEM?.

9.4. Los buscadores de Internet.

9.5. Errores comunes en SEO.

9.6. Herramientas SEO.

9.7. Estrategias SEO.

Publicidad en buscadores (SEM), Google Adwords.

UD10. Introducción a google adwords.

10.1. Tipos de publicidad online.

10.2. Puntos básicos de la publicidad CPC.

10.3. Introducción a adwords.

UD11. Cómo crear una campaña.

11.1. Cómo crear una cuenta.

11.2. Cómo configurar una campaña.

11.3. Crear informes.

11.4. Facturación.

UD12. Principios de optimización.

12.1. Seleccionar palabras clave.

12.2. Crear texto del anuncio.

12.3. Estructura de la cuenta.

12.4. Idiomas y localización del público objetivo.

UD13. Técnicas avanzadas de optimización.

13.1. Optimización e incremento del tráfico.

13.2. Optimización de la red de google.

13.3. Optimización del presupuesto.

UD14. Control y medición de resultados.

14.1. Seguimiento de conversiones.

14.2. Google analytics.

14.3. Editor de adwords.

UD15. Problemas comunes.

15.1. ¿Por qué no veo mi anuncio?.

15.2. Problemas comunes de facturación y pago.

15.3. Errores comunes y cómo evitarlos.

Información específica

“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”

Fecha de inicio y fecha de fin: Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

Metodología: La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

Requisitos de acceso: Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

Material necesario para el desarrollo de la formación: El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

Evaluación: Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

Medios de contacto: Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

Acreditación de los docentes: Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan

en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

Precio del curso: El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.