



## **“MARKETING DIGITAL Y CREACIÓN DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES”**

### **OBJETIVOS**

- Que el alumno aprenda qué es realmente el posicionamiento web, pueda mejorar la visibilidad de un sitio web en diferentes buscadores de manera orgánica y sepa además cómo gestionar el posicionamiento patrocinado.
- Que el alumno sea capaz de realizar una campaña de marketing online: siendo capaz de enfocar el proceso desde el análisis de herramientas disponibles, hasta su análisis pasando por un correcto desarrollo del plan de marketing online.

### **DURACIÓN**

- **150H** (43 días naturales) a tu ritmo, modalidad ONLINE

### **DIRIGIDO A:**

- Jóvenes menores de 30 años, desempleados y que no estén estudiando, inscritos en Garantía Juvenil.

### **PROGRAMA**

#### **Módulo I (50 horas): Plan de Marketing, Inbound/Outbound Marketing, Marketing de contenidos.**

- Plan de Marketing
  - Plan de marketing online
    - Fases de un plan de marketing
    - Benchmarking
    - DAFO
    - Objetivos
    - Estrategias de branding
    - Gestión del tiempo y de tareas
- Inbound marketing
- Outbound marketing
- Marketing de contenidos
  - La importancia de los blogs.

- Herramientas para la creación de blogs.
- Cómo detectar y generar contenidos de calidad.
- Cómo se debe de escribir en Internet.

## **Módulo II (50 horas): Posicionamiento en buscadores (SEO), publicidad en buscadores (SEM) y Gestión y Optimización en redes sociales (SMO).**

- SEO
  - Herramientas para la investigación de palabras clave (Keyword Research)
  - Cómo redactar correctamente las etiquetas title y Meta Description
  - Otros elementos que posicionar: Etiquetas de Jerarquía, Optimización de Imágenes de vídeos y enlaces internos ...
  - ¿Cómo posicionar mi web en búsquedas realizadas desde dispositivos móviles? Aspectos a tener en cuenta.
  - Google Search Console
- SEM
  - Google Adwords: ¿Qué es? ¿Dónde aparecen los anuncios?
  - ¿Qué presupuesto invertir?
  - Gestión de campañas en Google Adwords.
  - Cómo optimizar al máximo en presupuesto en Google Adwords
  - Campañas / Grupos de Anuncios / Anuncios
  - Concordancias de palabras clave
  - Seguimiento de campañas y conversiones.
- SMO
  - Tipos de Redes Sociales
  - Herramientas para gestionar contenido en Redes Sociales.
  - Configuración, diseño de estrategias, creación de contenidos y monitorización en las principales redes sociales: Facebook Instagram Twitter, LinkedIn
  - Perfil y Habilidades del Community Manager
  - Funciones, Tareas y Responsabilidades del Community Manager

## **Módulo III (50 horas): Email marketing y analítica web: Google Analytics**

- Email marketing
  - Estrategias de marketing de permiso
  - Razones de uso
  - Diseño de campañas
  - Objetivos
  - Listas e informes

- Analítica web
- Google Analytics
  - Recopilación de datos
  - Elementos básicos
  - Código de ID de seguimiento
  - Apartados de GA
  - Informes