

CURSO SUPERIOR DE MARKETING EN INTERNET (60 HORAS)

Con este curso podrás conocer desde la práctica, la aplicación de las técnicas fundamentales del Marketing Digital para desarrollar acciones de marketing, comunicación y venta verdaderamente efectivas.

Fechas y horarios:

Del 24 de Octubre al 30 de Noviembre de 2011, de Lunes a Jueves en horario de 18.30 a 21.30 horas.

Objetivos del Curso superior de Marketing en Internet:

El objetivo general de este programa es aportar los conceptos claves dentro del Marketing en Internet:

- **Cómo diseñar un Plan de Marketing en Internet.**
- **Diseñar un Cuadro de Mando de ROI del Plan de Marketing en Internet.**
- **Estrategias y medios a nuestro alcance en Internet para generar demanda.**
- **Cómo crear sitios web pensados para el cliente, verdaderamente usables, y analizar sus métricas.**
- **Cómo fidelizar y vincular a los clientes a través de Internet.**
- **SEO: cómo lograr posicionamiento en Buscadores de manera natural, y SEM: campañas en Adwords.**
- **Redes Sociales: cómo incorporar las Redes Sociales en las estrategias de marketing**
- **Crowdsourcing: cómo incorporar a los clientes y prospectos en las estrategias de marketing.**
- **Gestión de la reputación corporativa Online.**
- **Las claves de una tienda online**
- **Las leyes que afectan a las acciones de marketing digital**

A quién va dirigido:

- **Profesionales o futuros profesionales del marketing, comunicación, publicidad y/o venta.**
- **Profesionales de agencias de marketing relacional, directo & interactivo**
- **Profesionales pertenecientes a departamentos de marketing, comunicación, ventas y CRM.**

OFICINAS

Titulación:

- **Diploma en Marketing En Internet: co-firmado por ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing) e ICEMD (El Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo).**

Programa

1. Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital:

- **Evolución del Marketing y la Publicidad Digital**
- **Estrategias competitivas en un entorno crecientemente digital, unipersonal y global**
- **Relación cadena de valor: anunciantes, agencias, centrales de medios, medios digitales**
- **Grandes tendencias en el mercado digital**
- **Diferencias entre publicidad digital y tradicional**
- **Definición y objetivos de un Plan de Marketing Digital**
- **Segmentación y definición del público objetivo en Internet**
- **Principales herramientas de la comunicación digital**
- **Elaboración de un plan de comunicación y promoción en Internet**
- **Métricas del marketing digital**
- **Los factores de éxito para hacer una buena estrategia digital**

2. Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital:

- **Los modelos de negocio en Internet**
- **El ROI en Internet; fundamentos y cuestiones generales**
- **Clase práctica con entrega de calculadora ROI (excel) al final del ejercicio**
- **Métodos de cálculo de ingresos en Internet**
- **Métodos de cálculo de optimización de costes en Internet**
- **Calculo de costes en Internet**
- **Cálculo de inversiones en internet**
- **La prima de riesgo, el TIR, el VAN y el Payback**
- **Ejemplos prácticos de cálculo de ROI de acciones y programas de marketing.**

3. TALLER USABILIDAD: cómo crear webs pensadas en el cliente:

- **Un concepto clave para el éxito de una página web: la usabilidad y la experiencia de usuario**
 - **Definición**
 - **Atributos**
 - **Usabilidad y ROI**

OFICINAS

- **Como conseguir páginas web exitosas (Diseño centrado en el usuario):**
 - **Análisis y requisitos**
 - **Técnicas de investigación de usuarios (Benchmarking, entrevistas, encuestas, etc)**
 - **Arquitectura de información (cardsorting, criterios de organización, etc)**
 - **Prototipado (wireframes)**
 - **Técnicas de evaluación y testing (test de usabilidad, test en remoto, eyetracking, evaluaciones heurísticas)**
- **Principales problemas de los usuarios en internet**

4. Analítica Web: Cómo medir y optimizar los procesos críticos de nuestra web:

- **Visión analítica Web.**
- **Indicadores claves de rendimiento.**
- **Tipos de herramientas.**
- **Google Analytics:**
 - **¿Qué nos ofrece GA?**
 - **Superposición del sitio.**
 - **Búsqueda Interna del sitio.**
 - **Objetivos y redireccionamientos.**
 - **Seguimiento de eventos.**
 - **Seguimiento de campañas externas.**
 - **Monitorización de e-Commerce.**
 - **Optimizador de sitios Web:**
 - **A/B Testing.**
 - **Multivariate Testing.**

Segmentación Avanzada

5. TALLER Search Engine Optimization (SEO): Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural:

- **Herramientas de búsqueda.**
- **Funcionamiento de los buscadores.**
- **¿Qué hacer para que nos indexen por primera vez?.**
- **¿Qué hacer para que NO nos indexen los buscadores?.**
- **Optimización de páginas Webs.**
- **Planificación y Estrategia para un óptimo posicionamiento.**
- **Posicionamiento en Google**
- **Posicionamiento en otros buscadores principales.**
- **Evitar técnicas penalizadas por los buscadores.**
- **Estudios sobre la posición en los resultados de búsquedas.**
- **Trabajar con los keywords**
- **Redacción de títulos para cada página**
- **Redacción eficaz para buscadores y clientes: compaginar redacción para Usabilidad con redacción para SEO**

OFICINAS

6. Generar y cualificar leads en Marketing Digital:

- **Planificación de Estrategias de Captación**
- **Identificación de todos los medios, soportes, formatos y oportunidades**
- **Las claves para comunicar de manera eficaz a través de la web**
- **E-mail marketing**
- **Creación de sites para campañas de promoción**
- **Product Placement en internet**
- **Comunicación y Relaciones Públicas en internet**
- **Identificación de sites afines para acciones co-branded**
- **E-Retailer o como promocionar a través de webs del distribuidor**
- **Social Media**
- **Publicidad Contextual**
- **Generación de base de datos a través de medios on line**
- **Buzz Marketing: Word-of-Mouth Marketing, Buzz, Viral y Marketing de Guerrilla**

7. Estrategias de Fidelización y Vinculación a través de internet:

- **Creación de un Programa de fidelizacion on line**
- **Plan de incremento de valor de clientes: segmentación, personalización, plan de contactos, objetivos de negocio (upselling, crossselling, ofertas...)**
- **Objetivos de fidelización en Internet**
- **Generación de visitas fieles**
- **Acciones de fidelización sobre el tráfico del sitio Web**
- **Gestión de la relación con el cliente (e-CRM)**
- **MGM on line**
- **Comunidades Virtuales**

8. Customer *Social*/Relationship Management & Customer Experience Management en entornos digitales:

- **Panorama de los medios sociales en internet:**
 - **Blogs, Foros, Agregadores de noticias, Microblogging / Nanoblogging, Podcast y Video Online, Comunidades, Widgets.**
 - **Las principales social media en España**
 - **Sus características y usos principales**
- **Las integración de las Redes Sociales en el Plan de Marketing Relacional: en la identificación de clientes potenciales**
- **Aplicaciones de marketing, comunicación y ventas de la gestión de redes sociales:**
 - **En la relación y vinculación con la marca**
 - **En la experiencia del Cliente con la Marca**

OFICINAS

- La gestión e integración de los medios sociales digitales en el Plan de Marketing
- En la gestión de los empleados
- La integración como canal de venta
- Crossuser & Crowdsourcing y otros procesos colaborativos
- Objetivos de Marketing aplicados a Social Media
- Modelos analíticos para valorar el ROI: métricas y cuadro de mando fundamental
- Integración de la gestión de redes sociales en la organización

9. Mobile Marketing, Geolocalización e Internet TV:

- **Mobile Marketing:**
 - Entendimiento del medio: Hacia la movilidad total. Evolución, herramientas y usos.
 - Las capacidades del móvil
 - Mobile marketing y las (nuevas) aplicaciones móviles en el marketing
 - Planificación de la estrategia de comunicación móvil
 - Establecimiento de los objetivos de la campaña móvil:
 - Tipos de campañas según objetivos
 - Métricas: Análisis y resultados
 - Internet Mobile
- **Geolocalización: de lo universal a lo local:**
 - Geotags que son y para qué sirven
 - La web geográfica
 - Aplicaciones geográficas
 - Google maps y sus aplicaciones y publicidad
 - Geolocalización en el teléfono, clasificados, recomendaciones locales, directorios,..
 - Comunidades y Redes Sociales locales
 - Aplicaciones que integran webs, geotaging y móvil
- **Internet TV:**
 - La publicidad en televisión en internet
 - Integración de contenidos multiplataforma
 - Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización

TV Mobile

10. Taller de Comercio Electrónico : las claves para crear una tienda en Internet (5 horas):

- Planificación y Desarrollo de un Plan Estratégico de Comercio Electrónico
- Puesta en Marcha de un Negocio On Line: El "Back End" necesario
- Las claves para la construcción de una website de éxito en comercio electrónico
- Cómo lograr e incrementar las ventas de clientes en Comercio Electrónico
- Medios de pago online y comercio electrónico móvil
- Cómo Gestionar el Fulfillment y la Logística en el comercio electrónico de productos físicos

OFICINAS

- Comercio Electrónico en un Entorno B2B
- Cuadro de Mando Integral: la Optimización de la Gestión de Información de Clientes en e-commerce

Aspectos jurídico-prácticos de los contenidos publicitarios en el entorno digital y comercio electrónico

11. Cómo cumplir las leyes que afectan al marketing digital (5 horas):

- **Los fundamentos legales que debemos conocer: La aplicación de la LOPD y la LSSI aplicado en:**
 - Bases de Datos y listas
 - Bases de Datos y listas digitales
 - Gestión de promociones y sorteos
- **Normativa aplicable en materia de publicidad en el ámbito estatal.**
 - Publicidad y competencia desleal.
 - Publicidad y conductas delictivas.
 - Publicidad y protección al consumidor.
 - Publicidad ilícita.
- **Normativas sectoriales sobre determinados productos: tabaco, alcohol, medicamentos, alimentos, cosméticos, automóviles, juegos de azar y juguetes.**
- **Tratamiento de la mujer y los menores en la publicidad.**
- **Autorregulación: códigos de conducta, códigos éticos y códigos sectoriales.**
- **Propiedad intelectual e industrial en la publicidad digital.**

Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen en la publicidad

12.- TALLER: Crea tu propia campaña SEM de principio a fin y practica las principales técnicas (5 horas):

- **Creación de cuenta Google Adwords**
- **Generación de Keywords**
- **Estrategia de Pujas**
- **Métricas**
- **Optimización**

OFICINAS