

EXPERTO EN MARKETING EN REDES SOCIALES - COMMUNITY MANAGER + SEO

Duración: 80 horas

Metodología: Online

Contenido:

REDES SOCIALES (20 HORAS)

OBJETIVOS: Conozca todo lo relacionado con la web 2.0; Estructura, tipología y recomendaciones para redes sociales, tales como: blogs, facebook, twitter, youtube, flickr, linkedin y foursquare. Así como la administración del contenido y buenas prácticas. Sin dudas, si deseas comprender todo sobre redes sociales, éste puede ser tu curso.

TEMARIO:

1 Introducción

- 1.1 Evolución de la Web 1.0 a la 2.0
- 1.2 Las Redes Sociales

2 Internet como canal de comunicación y marketing

- 2.1 Internet como canal de comunicación y marketing
- 2.2 El éxito de Internet como canal de comunicación

3 Social media - Medios sociales

- 3.1 Social media

4 Medios Sociales - Herramientas (BLOG)

- 4.1 Introducción
- 4.2 Características de los blogs
- 4.3 Estructura de un blog
- 4.4 Tipos de blogs
- 4.5 Cómo escribir en un blog. Estilo y redacción
- 4.6 Buenas prácticas en los Blogs
- 4.7 Cuestionario: Medios Sociales - Herramientas 2.0 (BLOG)

5 Medios Sociales - Herramientas (FACEBOOK)

- 5.1 Facebook
- 5.2 Buenas prácticas para empresas en Facebook
- 5.3 Manual de uso de las Páginas de Facebook
- 5.4 Estructura de las páginas de Facebook
- 5.5 Concursos en Facebook
- 5.6 Cuestionario: Medios Sociales - Herramientas 2.0 (FACEBOOK)

6 Medios Sociales - Herramientas (TWITTER)

6.1 Qué es el microblogging

6.2 TWITTER

6.3 Lenguaje en Twitter

6.4 TWITTER Y LAS MARCAS

6.5 Las búsquedas en Twitter

6.6 Cuestionario: Medios Sociales - Herramientas 2.0 (TWITTER)

7 Medios Sociales - Herramientas (YOUTUBE)

7.1 Youtube

7.2 Canal de Youtube

7.3 Videos

7.4 Cuestionario: Medios Sociales - Herramientas 2.0 (YOUTUBE)

8 Medios Sociales - Herramientas (FLICKR)

8.1 Flickr

8.2 Usuario

8.3 Cómo destacar en Flickr

8.4 Cuestionario: Medios Sociales - Herramientas 2.0 (FLICKR)

9 Medios Sociales - Herramientas (LINKEDIN)

9.1 LinkedIn

9.2 Páginas de Empresa

9.3 Buenas prácticas en LinkedIn

9.4 Cuestionario: Medios Sociales - Herramientas 2.0 (LINKEDIN)

10 Medios Sociales - Herramientas (FOURSQUARE)

10.1 Foursquare

10.2 Promociones para atraer nuevos clientes

10.3 Promociones para fidelizar a los clientes

10.4 Cuestionario: Medios Sociales - Herramientas 2.0 (FOURSQUARE)

11 Estadísticas en Medios Sociales y Redes Sociales

11.1 Estadísticas en Medios Sociales y Redes Sociales

12 Buenas Prácticas y consejos

12.1 Buenas Prácticas y consejos

12.2 Cuestionario: Buenas prácticas y consejos

13 Administración del contenido e integración

13.1 Administración del contenido e integración

13.2 Integración

13.3 Cuestionario: Administración del contenido e integración

14 Guía Facebook

14.1 Cómo creo una cuenta en facebook

14.2 Qué es un perfil

14.3 Editar perfil

14.4 Cómo compartir información

14.5 Glosario del documento

15 Guía Twitter

15.1 Guía Twitter

15.2 Cuestionario: Cuestionario final

COMMUNITY MANAGEMENT - MARKETING EN LAS REDES SOCIALES (20 HORAS)

OBJETIVOS: Los objetivos que persigue este curso son: • Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc. • Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0. • Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. • Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube,...). • Aplicación de técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral. • Características principales que debe cumplir un Community Manager.

TEMARIO:

1 Consideraciones generales

- 1.1 Definición de Redes Sociales
- 1.2 Concepto de marketing-mix
- 1.3 Integración de las Redes Sociales
- 1.4 Tipos de Redes Sociales
- 1.5 Bases del marketing en las Redes Sociales
- 1.6 Cuestionario: Consideraciones generales

2 Organización del trabajo en Redes Sociales

- 2.1 Introducción
- 2.2 Escuchar
- 2.3 Planificar la estrategia
- 2.4 Crear compromiso
- 2.5 Medir y evaluar
- 2.6 Definir una rutina
- 2.7 Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

3 Medición de la estrategia en Redes Sociales

- 3.1 Introducción
- 3.2 Definir el objetivo
- 3.3 Monitorización
- 3.4 Plan de contingencia
- 3.5 Herramientas para el análisis del Social Media
- 3.6 Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

4 Uso de las principales Redes Sociales

- 4.1 Facebook
- 4.2 Twitter
- 4.3 Vídeo marketing en YouTube

- 4.4 Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web
- 4.5 LinkedIn
- 4.6 Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales

- 5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook
- 5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter
- 5.3 Cuestionario: Consideraciones generales

6 La necesidad de crear un blog

- 6.1 Introducción
- 6.2 Selección de la plataforma de blog
- 6.3 Plugins recomendados para usar con Wordpress
- 6.4 Explotación del blog corporativo
- 6.5 Trucos para potenciar la visibilidad del blog
- 6.6 Cuestionario: La necesidad de crear un blog

7 Éxito y errores en Social Media

- 7.1 Introducción
- 7.2 Estrategia de blogging
- 7.3 Presencia en Facebook
- 7.4 Presencia en Twitter
- 7.5 Presencia en YouTube
- 7.6 Resumen caso de éxito
- 7.7 Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales
- 7.8 Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media

- 8.1 Marketing mobile
- 8.2 Qué es el Marketing viral
- 8.3 Cómo funciona el Marketing viral
- 8.4 Elementos de una estrategia del Marketing viral
- 8.5 Técnicas de Marketing viral
- 8.6 Elementos que componen una campaña de Marketing viral
- 8.7 Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral
- 8.8 Cómo construir un mensaje viral eficaz
- 8.9 Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

9 Community manager

- 9.1 Definiciones
- 9.2 Perfil y funciones específicas del Community Manager
- 9.3 Las 7 Ces del Community Manager
- 9.4 Cuestionario: Community manager
- 9.5 Cuestionario: Cuestionario final

POSICIONAMIENTO WEB Y OPTIMIZACIÓN DE BUSCADORES (40 HORAS)

OBJETIVOS: Conozca la manera de posicionar correctamente una web. De cómo optimizar su búsqueda a través de los mejores buscadores, conociendo el funcionamiento de los robots

rastreadores. Evitar técnicas penalizables y cómo salir de ellas. Enfoque SEO para blogs, wordpress, videos, geoposicionamiento, web móvil y pdfs. Así como el manejo de herramientas. Curso apto para todos los niveles.

TEMARIO:

1 Introducción a Internet

- 1.1 Introduccion
- 1.2 Un poco de historia
- 1.3 Que es un buscador y su funcionamiento
- 1.4 Modos de búsqueda en Internet
- 1.5 Práctica - Diferencia entre un buscador y un directorio
- 1.6 Cuestionario: Introducción a Internet

2 Cómo funciona el posicionamiento

- 2.1 Cómo rastrea Internet
- 2.2 Cómo hacer para que se indexen mis páginas
- 2.3 Cómo lee un buscador un sitio Web
- 2.4 Organización de un SERP
- 2.5 Elementos para fomentar la entrada de un robot en nuestra Web
- 2.6 Puedo evitar ser rastreado
- 2.7 Práctica - Diferencia existe entre los resultados orgánicos y de pago
- 2.8 Cuestionario: Cómo funciona el posicionamiento

3 Importancia del dominio y elección de palabras claves

- 3.1 El dominio
- 3.2 Cómo crear palabras claves
- 3.3 El concepto de popularidad
- 3.4 Elección de los términos clave o Keywords
- 3.5 Elección del hosting y el efecto sobre el posicionamiento
- 3.6 Práctica - Comprobar la antigüedad de un dominio
- 3.7 Cuestionario: La importancia del dominio y la elección de palabras clave

4 Factores Internos

- 4.1 Dominio
- 4.2 Programación
- 4.3 La cabecera de la página web
- 4.4 Los Enlaces
- 4.5 Cabeceras, Negritas, Cursivas, Listados
- 4.6 Las imágenes
- 4.7 Flash
- 4.8 Los contenidos
- 4.9 Estructura del sitio
- 4.10 Mapa del Sitio
- 4.11 Dirección URL
- 4.12 robots txt
- 4.13 Página no encontrada
- 4.14 Hosting - Alojamiento Web
- 4.15 Cuestionario: Factores Internos (on-page)

5 Herramientas de optimización y evaluación

- 5.1 Primer paso
- 5.2 Herramientas de analítica Web
- 5.3 Práctica - Análisis de una Web
- 5.4 Cuestionario: Herramientas de optimización y evaluación

6 Herramientas

- 6.1 Los buscadores
- 6.2 Palabras Clave
- 6.3 Ranking en Internet
- 6.4 Seguimiento del usuario
- 6.5 Notas de prensa
- 6.6 Cuestionario: Herramientas

7 Optimiza el diseño y la programación de su Web

- 7.1 Rastreo de un sitio Web
- 7.2 Elementos On-Page
- 7.3 Robots, nofollows y otros
- 7.4 Mapa del sitio
- 7.5 URL amigable
- 7.6 Linking interno
- 7.7 Programación en CSS
- 7.8 Práctica - Análisis de una Web según criterios de SEO
- 7.9 Cuestionario: Optimizar el diseño y programación de nuestra Web

8 Factores Externos

- 8.1 Introduccion
- 8.2 La fuerza de la IP
- 8.3 Conseguir enlaces de sitios con autoridad
- 8.4 Directorios
- 8.5 Intercambio de Enlaces
- 8.6 No follow
- 8.7 La Competencia
- 8.8 Envíos Automáticos
- 8.9 Cuestionario: Factores externos

9 Los contenidos de su Web

- 9.1 Contenidos
- 9.2 Elementos externos - link building
- 9.3 Elementos no reconocidos en el contenido
- 9.4 Lo que no hay que hacer
- 9.5 El efecto Sandbox
- 9.6 Optimización para varios buscadores
- 9.7 Práctica - Posicionamiento de un texto en la Web
- 9.8 Cuestionario: El contenido de nuestra Web

10 Técnicas Penalizables

- 10.1 Cloaking
- 10.2 Texto Oculto
- 10.3 Granja de Enlaces
- 10.4 Páginas Puerta

- 10.5 Contenido Duplicado
- 10.6 Redirección HTML - Javascript
- 10.7 NoScript - Nolframe
- 10.8 Sitios de contenido dudoso
- 10.9 Cuestionario: Técnicas penalizables

11 Salir de una penalización

- 11.1 Ask
- 11.2 Google
- 11.3 Yahoo
- 11.4 Windows Live
- 11.5 Cuestionario: Salir de una penalización

12 SEM o Marketing en buscadores

- 12.1 SEM
- 12.2 Adwords
- 12.3 Publicidad contextual - Adsense
- 12.4 Cómo elegir la palabra clave
- 12.5 Organizar una campaña
- 12.6 Práctica - Campaña de Adwords
- 12.7 Cuestionario: SEM o Marketing en buscadores

13 Los pequeños detalles

- 13.1 Densidad de Palabras
- 13.2 Alta en motores de búsqueda
- 13.3 Sitemaps
- 13.4 Aviso manual de actualización
- 13.5 Panel de gestión
- 13.6 Aumentar la velocidad de indexación
- 13.7 Sitio en mantenimiento
- 13.8 Enlaces y Pagerank
- 13.9 Tiempo de permanencia
- 13.10 Cómo ve mi sitio un buscador
- 13.11 Cuando saldré posicionado
- 13.12 Indexación selectiva
- 13.13 Buscadores de noticias
- 13.14 Cuestionario: Pequeños detalles

14 Web 2.0

- 14.1 Características principales de la Web 2.0
- 14.2 Los blogs
- 14.3 Microblogs
- 14.4 Práctica - Creación de un blog
- 14.5 Práctica - Facebook - Twitter
- 14.6 Cuestionario: La Web 2.0

15 SEO para Blogs

- 15.1 Dominio y alojamiento
- 15.2 Los contenidos
- 15.3 Categorías o Etiquetas
- 15.4 Enlaces

- 15.5 Socialización
- 15.6 Cuestionario: SEO para Blogs

16 SEO para Wordpress

- 16.1 Instalación
- 16.2 Configuración
- 16.3 Gestión de Plugins
- 16.4 Plantillas Diseño
- 16.5 WYSIWYG o no WYSIWYG
- 16.6 Blogroll
- 16.7 Cuestionario: SEO para Wordpress

17 GEOSEO - SEO Local

- 17.1 Dominios, SubDominios o Carpetas
- 17.2 El dominio y la IP
- 17.3 Mapas y Negocios
- 17.4 Microformato Geo, hCard y hCalendar
- 17.5 GEOSEO
- 17.6 Cuestionario: GEOSEO - SEO Local

18 SERM - Search Engine Reputation Management

- 18.1 Introduccion
- 18.2 Detección
- 18.3 Comienza el movimiento
- 18.4 Ocupar los resultados
- 18.5 Cuestionario: SERM

19 SMO - Social Media Optimization

- 19.1 Algunos detalles
- 19.2 Marcadores sociales
- 19.3 Sitios de recomendación
- 19.4 Preguntas y Respuestas
- 19.5 AJAX
- 19.6 Páginas personalizadas
- 19.7 Cuestionario: SMO - Social Media Optimization

20 SEO para vídeos

- 20.1 Tipos de buscadores
- 20.2 MetaDatos
- 20.3 Promoción
- 20.4 Cuestionario: SEO para vídeos

21 SEO para móvil

- 21.1 Introduccion
- 21.2 XHTML Mobile
- 21.3 Alta en buscadores
- 21.4 robots txt
- 21.5 Cuestionario: SEO para móvil

22 SEO para PPC - Pago por Clic

- 22.1 SEO para PPC

23 SEO para PDF - Portable Document Format

23.1 SEO para PDF

24 Resumiendo claves de SEO

24.1 Experiencia del usuario

24.2 Contenidos

24.3 Indexación

24.4 Potencia para nuestro sitio Web

24.5 Captación de tráfico para nuestra Web

24.6 Cuestionario: Resumiendo clave de SEO

25 Guía Express Google

25.1 Introducción

25.2 Crea títulos de página únicos y precisos

25.3 Utiliza la metaetiqueta description

25.4 Mejora la estructura de las URL

25.5 Facilita la navegación en tu sitio

25.6 Ofrece contenido y servicios de calidad

25.7 Escribe textos ancla de mejor calidad

25.8 Optimiza el uso de las imágenes

25.9 Utiliza las etiquetas de cabecera de forma apropiada

25.10 Haz un uso efectivo del robots txt

25.11 Informa a Google sobre tus sitios para móviles

25.12 Guía con precisión a los usuarios de móviles

25.13 Promociona tu sitio de manera correcta

25.14 Aprovecha las herramientas para webmasters gratuitas

25.15 Hummingbird, el nuevo algoritmo de Google

25.16 Cuestionario: Cuestionario final de Posicionamiento Web