

FORMACIÓN ESPECÍFICA

“Marketing Digital y creación de contenidos para redes sociales”

Duración: 150 horas

Modalidad: Online

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.

REQUISITOS

- **Ser beneficiario de Garantía Juvenil**
- **Desempleado/a y no estar cursando ninguna otra formación.**
- **Tener entre 18 y 29 años**

CONTENIDOS

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 a 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