

## **CURSO SUBVENCIONADO BAJO LA CONVOCATORIA DE HOBETUZ 2011** **“MARKETING DIGITAL”**

**Duración:** 51 horas. (16 horas presenciales y 35 horas on line)

**Coste:** Gratuito.

**Plazas limitadas.** Se adjudicarán las plazas en función de los requisitos establecidos por la convocatoria de Hobetuz.

### **LUGAR**

**FORMABASK** Parque Tecnológico de Bizkaia- Laida Bidea 206 A 1ª Planta. Zamudio

**Inscripciones** Teléfono: 944 134 011 E-mail: [formabask@formagrupo.com](mailto:formabask@formagrupo.com)

### **FECHAS** (3 ediciones previstas)

~~**1ª Edición – mañanas de 09:00 a 13:00** Jornada 1: viernes, 17 de Febrero  
Jornada 2: viernes, 02 de Marzo  
Jornada 3: viernes, 16 de Marzo  
Jornada 4: viernes, 30 de Marzo~~

**COMPLETO**

**2ª Edición – tardes de 15:00 a 19:00** Jornada 1: viernes, 09 de Marzo  
Jornada 2: viernes, 23 de Marzo  
Jornada 3: viernes, 27 de Abril  
Jornada 4: viernes, 11 de Mayo

**3ª Edición – mañanas de 09:00 a 13:00** Jornada 1: viernes, 20 de Abril  
Jornada 2: viernes, 04 de Mayo  
Jornada 3: viernes, 18 de Mayo  
Jornada 4: viernes, 01 de Junio

**DIRIGIDO A:** técnicos comerciales, técnicos de marketing, de comunicación o relaciones públicas, etc... que deseen adquirir conocimientos para la incorporación en la empresa de **los nuevos retos** que ha producido la llamada **Web 2.0** en el ámbito del marketing.

**REQUISITOS:** Conocimientos medios de ofimática e Internet.

**OBJETIVOS GENERALES:** proporcionar los conocimientos y competencias necesarias para definir y desarrollar estrategias de Marketing Digital orientados a promocionar la marca en Internet.

## **PROGRAMA:**

### **1.- MARKETING EN LA WEB 2.0**

1. La evolución de Internet
2. ¿Qué es la Web 2.0?
3. Herramientas de la Web 2.0
4. La importancia de gestionar la reputación online
5. Marketing tradicional y marketing online
6. Marketing online
7. El plan de marketing online

### **2.- GESTIÓN DE COMUNIDADES Y GESTIÓN DE MEDIOS SOCIALES**

1. Posicionamiento en buscadores
2. Google Analytics
3. Google Adwords
4. Gestión de comunidades y gestión de medios sociales

### **3.- REPUTACIÓN ONLINE**

1. Casos de ejemplo de crisis de reputación
2. Las tres fases de la gestión de la reputación online
3. Cómo gestionar una crisis de reputación online
4. Herramientas de gestión de la reputación

### **4.- GESTIÓN DE LA PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES**

1. Introducción a las comunidades sociales
2. Principales redes sociales
3. Principales redes profesionales
4. Principales redes de contenido

### **5.- GESTIÓN DEL SOCIAL MEDIA Y MEDICIÓN DE RESULTADOS**

1. Herramientas de gestión integrada de social media.
2. KPIs para medición de resultados
3. Recursos útiles