espai
escola d' informàtica i disseny

CERTIFICA QUE:

Florencia Campo Berguño

HA DEMOSTRADO POSEER EL NIVEL TÉCNICO SUFICIENTE EN EL CURSO DE:

MARKETING DIGITAL

Barcelona, a 1 de julio de 2022

N° B.4508

Jefe de Estudios

espai
Entença 182 • 08029 • Barcelona
Tel. 93 163 53 53

Alumno/a

Adobe CERTIFIED ASSOCIATE

Microsoft Office Specialist Authorized Testing Center

Microsoft IT Academy Program

CAT formació

AUTODESK Authorised Training Centre

Enseñanza autorizada según ley 7/86 de 23 de mayo

Plan de Estudios

TÉCNICO MARKETING DIGITAL

1. Marketing online y Análisis Web.

1.1. La revolución de la web 2.0. Ahora el foco es el cliente.
1.2. Del Marketing de Masas al Marketing de Nichos: Long Tail.
1.3. Del banner estático a los widgets. ¿Qué formatos nos ayudan a vender?
1.4. Reputación Online e imagen de marca. ¿Qué es el community manager?
1.5. Viralizar nuestro mensaje. Atraer más usuarios a través de la red.
1.6. Llamadas a la acción y medición de resultados.
1.7. ¿Cómo podemos optimizar nuestra web para gustar a los buscadores?
1.8. Guía básica de Google Analytics.

2. Posicionamiento en buscadores.

2.1. Creación de la estrategia más adecuada.
2.2. Nuestra página a prueba.
2.3. Guía práctica para la optimización web.
2.4. Alta en buscadores e intercambio de enlaces.
2.5. Creación de informes y seguimiento.

3. Google Adwords.

3.1. Análisis previo: ¿Qué es la publicidad contextual?
3.2. Creación de campañas en Google Adwords.
3.3. ¿Cómo selecciono mis palabras clave?
3.4. ¿Cómo logro posicionarme frente a la competencia?
3.5. Palabras clave vs. Content targeting.
3.6. Guía esencial para el mantenimiento de las campañas en Google Adwords.
3.7. WORKSHOP GOOGLE ADWORDS.

4. Google Analytics.

4.1. Instalación de Google Analytics.
4.2. Tipos de informes.
4.3. Configuración de filtros y objetivos.
4.4. Informes personalizados.
4.5. Segmentación personalizada.
4.6. WORKSHOP GOOGLE ANALYTICS.

5. Marketing en Redes Sociales.

5.1. ¿Qué son las Redes Sociales?¿Cómo funcionan?
5.2. Estrategias efectivas de marketing online en las principales Redes Sociales.
5.3. Cómo lanzar mi empresa en Facebook, Twitter y LinkedIn.
5.4. Recursos interesantes: Slideshare y Youtube.
5.5. Redes Sociales y Geolocalización Foursquare.

6. Instagram

6.1. Aprender a optimizar nuestra biografía.
6.2. Tener un perfil corporativo (imagen, colores).
6.3. Redactar post efectivos, usar las llamadas a la acción.
6.4. Utilizar las estadísticas para conocer qué contenidos han tenido más impacto.
6.5. Crear un listado de hashtags estratégico.
6.6. Uso de las aplicaciones de Instagram.
6.7. Herramientas de programación.

7. LinkedIn.

7.1. ¿Qué es LinkedIn?
7.2. ¿Cómo puedo usar LinkedIn dentro de mi estrategia promocional?
7.3. Nuestro perfil de LinkedIn: ¿cómo puedo sacarle el máximo partido?
7.4. Estrategias para dejar de ser invisibles en LinkedIn.
7.5. Configuración de la página de nuestra empresa en LinkedIn.
7.6. Un soporte perfecto para la difusión de quiénes somos: Los grupos.
7.7. Las recomendaciones dentro de LinkedIn.
7.8. Publicidad de pago en LinkedIn.
7.9. Tipos de planes de LinkedIn.