

Con este curso aprenderá de forma práctica, cómoda y sencilla el nuevo mundo del marketing. Contemplando las materias más demandadas en la actualidad. El comercio electrónico, el posicionamiento web, análisis de estadísticas, redes sociales, herramientas de marketing 2.0. Master eminentemente práctico y actualizado constantemente, pero con un soporte teórico para que el alumno adquiriera una base de conocimientos que le permitan desarrollarse y especializarse en la profesión.

1.- Marketing y sus elementos

1. Generalidades
2. Conceptos
3. Elementos básicos asociados al marketing
4. Enfoque filosófico de las necesidades humanas y el marketing
5. La demanda
6. Productos, bienes, servicios e ideas
7. Bienes y servicios
8. Valor, Satisfacción y Calidad
9. Intercambio,

2. Modalidades del Marketing

1. Generalidades
2. Marketing industrial
3. El comprador industrial
4. Marketing de redes
5. Marketing de servicios
6. Mobile marketing
7. Marketing viral
8. Marketing relacional
9. Marketing no empresarial
10. Marketing de instituciones no lucrativas
11. Marketing público
12. Marketing social
13. Marketing político
14. Transición del marketing 2.0 al e-marketing 3.0

3 Implicaciones éticas del Marketing

1. Generalidades
2. Responsabilidad social e implicaciones para el marketing digital
3. La protección de datos

4 Comercio electrónico

1. Generalidades
2. Antecedentes
3. Perspectivas del Marketing digital
4. Ventajas y desventajas
5. Principio de intencionalidad
6. Primacia de la autonomía de la voluntad
7. Principio de equivalencia funcional
8. El documento en el contexto digital
9. Neutralidad Tecnológica
10. Protección de datos

5 Estrategias del Marketing digital

1. Generalidades
2. Marketing digital o buzz marketing
3. Email marketing o e-mailing
4. Implicaciones del spam
5. Cookies
6. Clasificación
7. Las redes de afiliados
8. Marketing en buscadores
9. Configuradores y verificadores electrónicos
10. Segmentación de mercados
11. Personalización en el marketing digital

12. La fidelización
13. Personalizar para fidelizar
14. Social media marketing
15. Las redes sociales
16. Tipología de las redes sociales
17. Comunidades online
18. Blogs corporativos
19. Microblogs
20. Widgets
21. Minisites promocionales
22. Mobile apps
23. Cupones electrónicos, e-coupons y m-coupons
24. Determinación de perfiles por navegación
25. E-encuestas
26. Temporización digital de precios

6 Publicidad en internet

1. Generalidades
2. Marketing interactivo
3. Publicidad comparativa
4. Publicidad subliminal
5. Publicidad comportamental
6. Contratos publicitarios

7 Neuromarketing

1. Todo el mundo mente
2. Documental el Neuromarketing
3. Qué es el Neuromarketing
4. Sabemos que no sabemos lo que hacemos
5. Cerebro creativo, cerebro racional
6. Herramientas del Neuromarketing
7. Herramientas del Neuromarketing II
8. El Consumidor
9. Neuromarketing para la web
10. Neuromarketing para hostelería
11. El Experimento del Golf GTI
12. Neuromarketing para el supermercado

8 Redes Sociales

1. Introducción a las redes sociales
2. Gmail
3. Blogger I
4. Blogger II
5. Blogger III
6. Blogspot I
7. Blogspot II
8. Blogspot III
9. Blogs
10. Twitter I
11. Twitter II
12. Twitter III
13. Twitter IV
14. Twitter V
15. Whatsapp - Skype
16. Youtube I
17. Youtube II
18. Otras redes I
19. Otras redes II

20. Facebook. Registro
21. Perfil
22. Fotos y Videos
23. Publicar
24. Buscar amigos
25. Comentar y publicar en muros
26. Enlaces
27. Crear eventos
28. Crear página de empresa
29. Google + I

9 Posicionamiento web

- 1.- Promoción gratis y pagando
- 2.- ¿Porqué algunas webs siempre salen las primeras?
- 3.- Dominios
- 4.- Servidores
- 5.- Plantear la web 1
- 6.- Plantear la web 2
- 7.- Plantear la web 3
- 8.- estadísticas
- 9.- Enlaces internos
- 10.- Enlaces externos 1
- 11.- Enlaces externos 2
- 12.- Enlaces externos 3
- 13.- Resumen
- 14.- Enlaces en Youtube
- 15.- Página en Facebook 1
- 16.- Página en Facebook 2
- 17.- Posicionamiento desde blog
- 18.- Wordpress 1
- 19.- Wordpress 2
- 20.- Wordpress 3
- 21.- Wordpress 4
- 22.- Herramientas para webmasters 1
- 23.- Sitemap
- 24.- Herramientas para webmasters 2
- 25.- Promoción de pago.Adwords 1
- 26.- Promoción de pago.Adwords 2
- 27.- Promoción de pago.Adwords 3
- 28.- Promoción de pago.Adwords 4
- 29.- Promoción de pago.Adwords 5
- 30.- Resumen final

10 Google Analytics

1. Introducción

- 1.- Introducción
- 2.- Cuenta en Google
- 3.- Google Adwords
- 4.- Cookies
- 5.- Código de seguimiento

2. Usuarios, propiedades, cuentas y vistas

- 6.- Entorno
- 7.- Entorno II
- 8.- Cuentas
- 9.- Propiedades
- 10.- Vistas
- 11.- Filtros I
- 12.- Filtros II

- 13.- Filtros III
- 14.- Expresiones regulares

3. Análisis de datos

- 15.- Análisis de datos

4. Paneles

- 16.- Paneles

5. Intelligence

- 17.- Intelligence

6. Informes

- 18.- Informe en tiempo real
- 19.- Informe de audiencia I
- 20.- Informe de intereses
- 21.- Información geográfica
- 22.- Informe de audiencia II
- 23.- Google Adwords
- 24.- Informes personalizados
- 25.- Flujos
- 26.- Comportamiento
- 27.- Analítica de página

II Herramientas del marketing digital

1. Marketing de contenidos
2. Tips de marketing digital avanzado