

Programa Curso Marketing Digital 2019

TEMA 1: Introducción a la Comunicación Digital

Análisis de las tendencias y el estado del ecosistema de digital. Descripción de las principales herramientas de comunicación digital y su uso estratégico. Análisis y planificación de estrategias comunicacionales, matriz GAP, creación de un funnel (embudo de contenidos).

TEMA 2: Algoritmos y estrategias para lograr alcance en redes

Cómo vencer el algoritmo y aparecer en el feed de las redes sociales. Análisis crítico y práctico sobre la actualidad de las distintas redes y las estrategias a usar para mejorar el alcance de los contenidos.

TEMA 3: Contenidos para redes sociales

Desde entender a la audiencia (comunidad), a la producción de contenido específico y efectivo (creativo y relevante) y en función de sus diferentes objetivos: alcance, interacción, viralización, etc. Creación de un calendario de contenidos.

TEMA 4: Herramientas y tips para el manejo de redes sociales / CM

Las claves para ser CMs (Community Manager) eficientes y lograr vínculos “humanos” con la comunidad. Administrador de Facebook, analítica, herramientas para Instagram y Twitter, herramientas complementarias.

TEMA 5: Publicidad en Redes Sociales

Veremos el manejo de anuncios pagos en las diferentes redes, estrategias y uso de segmentación, orientado a establecer mecanismos y estrategias de distribución de contenidos de forma paga. Estrategia Publicitaria y Segmentaciones. Facebook Ads (Facebook+Instagram). Introducción a Twitter Ads. Analítica y toma de decisiones.

TEMA 6: Introducción al posicionamiento en buscadores

La red de búsqueda. Algoritmo de Google y posicionamiento de contenidos en los resultados del buscador (Maps, Google). Introducción a Estrategias SEO/SEM (posicionamiento orgánico/pago). Consejo y tips para el posicionamiento orgánico (SEO), orientado desde las variables a tener en cuenta en tráfico web, su producción y gestión de contenidos. Introducción y armado de campaña paga (SEM), desde el armado de la cuenta publicitaria, a la selección de palabras claves y creación del anuncio publicitario.

Desarrollo de trabajo práctico grupal: se irá avanzando clase a clase sobre un caso práctico compartido para el desarrollo de una propuesta de abordaje de campaña.