

Curso de Marketing Online

Aprende las claves del Nuevo Marketing

Presentación

Inicio del curso: 1 de marzo de 2016

En la Fundación UNED queremos recoger las tendencias de formación más potentes y de mayores posibilidades futuras. Por ello presentamos este curso de Marketing Online basándonos en estas cuatro premisas fundamentales:

- **Metodología:** 100% online.
- **Precio:** 650 € (este curso posee descuentos y bonificaciones).
- **Duración:** 4 meses (1 de marzo - 1 de julio de 2016). **500 horas de formación certificadas.**
- **Garantía:** La Fundación UNED es un organismo de gran prestigio, en España y América Latina, gracias a su buena labor y tradición en la formación online y a distancia.

Información Académica

Tel. 91 169 70 97 (10-14h L-V)

noelia.gomez@cursosmarketingonlinefunded.com

<http://www.cursosmarketingonlinefunded.com>

Información Matrícula

Fundación UNED

Tel. 91 386 72 76

erodriguez@fundacion.uned.es

<http://www.fundacion.uned.es>

Decir que el marketing tradicional se ha visto superado y completado por el marketing digital hoy día es una obviedad. Este hecho supone para los profesionales del sector, empresarios y especialistas del entorno web una oportunidad de mejorar sus habilidades y competencias profesionales, al tiempo que una obligación de conocer las herramientas online con las que se trabaja en la actualidad. Por ello, la finalidad del curso es cubrir la necesidad creciente cada día en el mercado laboral de perfiles profesionales cada vez más consolidados como el Consultor de Marketing Online, los Gestores y los Planificadores de cuentas, así como los propios Responsables y Directores de Marketing.

Conocer las estrategias y los diferentes medios publicitarios online guiados en todo momento por profesionales del sector, se ofrece como una gran oportunidad para adentrarnos y profundizar dentro del mundo de la publicidad y el marketing en internet.

Con este curso el alumno podrá conocer todas las claves a la hora de diseñar, implementar, supervisar y mejorar campañas en los diferentes medios online, de acuerdo a una serie de objetivos definidos previamente.

El marketing digital ha venido para quedarse. En nuestra mano está saber aprovechar sus recursos, para combinarlos con el mundo online y para sacar el máximo partido de sus posibilidades.

Integra estas competencias en tu perfil profesional, comprende cómo funciona la publicidad en internet, planifica tus acciones de marketing online y crea campañas por ti mismo con las herramientas a tu alcance.

Aprenderás de forma global las tecnologías empleadas para ello, diseñando y planificando tú mismo tanto campañas como la estrategia y un plan de marketing online que cumpla con tus objetivos. No lo dejes pasar. Tus clientes te esperan.



Precio

Matrícula de 650 €, precio final. Se establece un único pago.

Descuentos y Bonificaciones	Quién puede aplicarlo
<p>Colectivos</p> <p>520 €</p> <p>(20% de Descuento)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Personas en situación de desempleo (el alumno deberá enviar una copia escaneada del justificante de demanda de empleo en vigor, junto al comprobante de pago, a erodriguez@fundacion.uned.es). • Profesionales autónomos (el alumno deberá enviar una copia escaneada del último pago a autónomos, junto al comprobante de pago, a erodriguez@fundacion.uned.es) • Alumnos y antiguos alumnos de la UNED y Fundación UNED (el alumno deberá enviar una copia escaneada del título del curso realizado o una copia escaneada del pago de matrícula del curso que está realizando, junto al comprobante de pago, a erodriguez@fundacion.uned.es). • Personal UNED (el alumno deberá enviar una copia escaneada del carné de empleado de la UNED, junto al comprobante de pago, a erodriguez@fundacion.uned.es). • Personas con discapacidad del 33% o superior (el alumno deberá enviar una copia escaneada del certificado de discapacidad, junto al comprobante de pago, a erodriguez@fundacion.uned.es).
<p>Antiguos Alumnos</p> <p>390 €</p> <p>(40% de Descuento)</p>	<p>Antiguos alumnos del Curso de Community Management y del Curso de de Competencias Tecnológicas para Community Managers de la Fundación UNED.</p>
<p>Trabajadores en Activo</p> <p>650 €</p> <p>(100% Bonificable)</p>	<p>Curso 100% bonificable a través de la Fundación Tripartita. El curso es abonado por la empresa, para su trabajador, mediante créditos formativos.</p> <p>Al formalizar la matrícula, puede seleccionar que la Fundación UNED se haga cargo, en nombre de su empresa, de la tramitación de la bonificación en la Fundación Tripartita. Esta gestión supone un incremento de un 10% de la matrícula, importe que también será bonificado como coste del curso.</p> <p>Más información: info.bonificaciones@fundacion.uned.es (T. 911649962).</p>

Titulación

Todos aquellos alumnos que superen el curso con éxito, recibirán el título de “*Curso de Marketing Online de la Fundación UNED*” que reconoce 500 horas de formación en la materia.

Qué es la Fundación UNED

La Fundación UNED junto con la UNED son los encargados de diseñar, promover y realizar todos aquellos estudios que son necesarios en pro del desarrollo científico, cultural, social, económico, de la investigación y de la formación profesional, tanto de la sociedad española como de aquellos países con los que mantiene relaciones de cooperación.

Para ampliar la información, visitar www.fundacion.uned.es.

Metodología

La metodología de este programa formativo es **Online**.

Los alumnos recibirán sus claves para acceder a la plataforma Online que servirá de soporte para descargar material docente, crear foros de debate, poder plantear dudas, interactuar con otros alumnos, colgar y/o descargar otros materiales relacionados con las materias abordadas a lo largo del curso, etc.



Además, se establecerán horarios de tutorías semanales para poder dar soporte a todas las demandas que tenga el alumnado.

Podrás vivir la experiencia del aprendizaje compartido donde los alumnos, los materiales pedagógicos y tecnológicos crean una sinergia de gran valor para el afianzamiento y ampliación del aprendizaje. Compartirás tus experiencias, problemas, resolverás y plantearás dudas a tus compañeros, siempre tutelado por profesionales expertos.

Modelo de Evaluación

Se trata de una evaluación continua de carácter fundamentalmente práctico:

Teórica

A lo largo del curso se aportan amplios conocimientos teóricos que se evalúan fundamentalmente en su aplicación práctica. Por ello, la evaluación puramente teórica constituye una pequeña parte de la evaluación.

Práctica

A lo largo del curso el alumno pondrá en práctica los conocimientos adquiridos trabajando los diferentes medios publicitarios online sobre una web existente. Y al final del curso, el alumno diseñará la estrategia y el plan de marketing online para su propio sitio web o negocio.

Profesorado

Enrique Clemente Moneva

- Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad de Zaragoza y Mobile Expert by iAi.
- Socio fundador de Idento en 2006, actualmente es su Director de Operaciones, desempeñando también las funciones de consultor senior de Marketing Online.
- Experto en la gestión y dirección estratégica de campañas de marketing online, trabaja y supervisa grandes cuentas a diario. Con gran experiencia en SEO, SEM, Display, Publicidad en Medios Sociales y Analítica Web.
- Certificado como profesional en Google AdWords, Bing Ads y Google Analytics.
- Desde 2011 imparte formación en diversos cursos de Marketing Online en la Fundación UNED.



Manuel Gil Sanz

- Ingeniero Informático por la Universidad de Granada, Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (ESIC) y PSE en Marketing Digital (ICEMD-ESIC).
- Socio fundador de Identó, desarrolla su labor como Consultor senior de Marketing Online y Director Comercial.
- Experto en la gestión de campañas de marketing online de clientes, especialista en SEO, SEM, Email Marketing y marketing en Redes Sociales. Certificado por el programa Google AdWords y Google Analytics.



Baldomero López-Mezquita Torres

- Ingeniero Informático por la Universidad de Granada y EMBA por ESIC.
- Socio fundador y Gerente de Identó, desarrolla su labor como consultor estratégico y director de negocio.
- Experto en desarrollo web, usabilidad y comercio electrónico, ha trabajado anteriormente como Consultor y Jefe de Proyectos Web en Everis e Indra.
- Ha impartido diversos seminarios sobre Marketing Online y Comercio Electrónico para CADE de la Junta de Andalucía, la Diputación de Granada y la escuela de negocios ESNA Granada.
- Ha sido Profesor en la carrera de Empresa y Marketing en ESCO Granada.



Carlos David López García

- Grado en Empresa y Marketing por la Escuela Superior de Comunicación de Negocios de Andalucía, con especialización en Marketing estratégico, relacional y trend marketing.
- Actualmente es Consultor de Marketing Online y Community Manager en Identio. También colabora habitualmente en la Comunidad de Google AdWords.
- Anteriormente ha trabajado como consultor freelance, gestionando campañas de marketing online SEM y e-mail Marketing para distintos clientes.
- Experto en la gestión de campañas SEM y analítica web, con especialización en web de e-commerce.
- Certificado por los programas Google AdWords, Bing Ads, Google Analytics y Mobile Expert de Internet Academi.



Marina Hernández Muñoz

- Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Escuela Internacional de Gerencia y Licenciada en Comercio Internacional por La Universidad de Derby.
- Técnico en Social Media y Community Manager por la Escuela Internacional de Gerencia.
- Actualmente trabaja como Consultora de Marketing Online en Identio, especialista SEM y PPC, gestionando cuentas y campañas para más de 20 clientes en plataformas como AdWords, Facebook y Twitter. También desempeña la función de Community Manager, realizando la planificación y ejecución estratégica en los medios sociales de la compañía.
- Certificada por los programas profesionales de Google AdWords (Publicidad en Búsqueda, Display, Vídeo, Móvil, y Shopping), Bing Ads y Google Analytics.



Iván Barros Manzano

- Formado profesionalmente en Granada como Técnico Superior en Electrónica y en Administración de Sistemas Informáticos.
- Tiene experiencia como freelance en el desarrollo, gestión y posicionamiento de sitios webs, tanto a nivel on-page como off-page, siendo webmaster de varias webs.
- Actualmente ejerce como especialista SEO en la agencia Idento Marketing y Desarrollo Web, desempeñando funciones de consultoría, auditoría, analítica web y linkbuilding, tanto para clientes como para la propia Agencia.



Programa

1. Introducción al Marketing Online. Conceptos Generales. El entorno web. Comercio electrónico

A. Introducción, fundamentos, métricas y modelos de pago.

- Introducción al marketing online
 - Definición
 - Evolución
 - Comparativa frente al marketing tradicional
 - Características
 - Estudios y cifras
- Fundamentos del marketing online
 - Finalidad: branding y conversión
 - Algunas técnicas y herramientas
 - Introducción a la analítica
- Métricas: coste, ratio y unidades. Ejemplos.
- Modelos de pago: CPM, CPC, CPL, CPA...

B. El entorno web. Tipos de web. Navegación. Usabilidad.

- El entorno web:
 - Elementos del entorno web: el sitio y las páginas.

- HTML: el lenguaje web.
- Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
- Plataformas más comunes: Joomla, Wordpress y Wix
- Conceptos sobre servidores: Dominio y Hosting

- Tipos de web
 - Según la tecnología: Estáticas y dinámicas
 - Según su funcionalidad: Publicitarias, corporativas, tiendas, a medida
 - Plataformas recomendadas para cada tipo de web

- Navegación y usabilidad
 - Análisis previo: objetivos, público, dispositivos y competencia
 - Criterios básicos: orientación al usuario, adaptación a dispositivos, argumentos de venta y valores diferenciales
 - Criterios avanzados: Los 10 mandamientos web colores, y puntos de corte.
 - Análisis posterior: Herramientas de analítica y optimización de la web

C. Comercio electrónico

- Un poco de historia
- Concepto y definición
- Evolución y cifras
- Tipos de comercio electrónico: B2C, B2B y A2C
- Objetivos y estrategias
- La venta de productos y servicios: disponibilidad del producto, logística, formas de pago, servicios preventa y posventa

2. Medios publicitarios online I

A. Posicionamiento orgánico en buscadores (SEO)

- Introducción y objetivos del bloque
- Los motores de búsqueda: evolución y últimas actualizaciones
- Principales factores de posicionamiento SEO
 - Internos: SEO on-page
 - Externos: SEO off-page

- Algunas herramientas SEO. Visión básica.
- Como planificar una estrategia SEO

B. Marketing en buscadores (SEM)

- Introducción a la publicidad en buscadores. Fundamentos básicos.
- Definiciones, conceptos y métricas clave.
- Principales plataformas del marketing en buscadores.
- Google AdWords. Creación de una sencilla campaña para el buscador Google.
- Bing Ads. La plataforma publicitaria de los buscadores Bing y Yahoo! Similitudes y diferencias con AdWords.
- Consejos de gestión y optimización de campañas SEM.

C. Publicidad de Display y Vídeo. Afiliación

- Introducción a la publicidad de display
- Formatos publicitarios de display
- Los agentes: el anunciante, la red publicitaria y el soporte
- Objetivos. Desde el branding al retargeting.
- Segmentación. Targeting de sitios y de audiencias
- La publicidad de vídeo
- La publicidad de afiliación

3. Medios publicitarios online II

A. Social Media Marketing (SMM) y Social Media Optimization (SMO).

- Introducción al Social Media
- Principales plataformas de Social Media en España: Facebook, Twitter y LinkedIn
- El fenómeno Instagram con Fashion blogs
- Monetización: como rentabilizar tu negocio en las redes sociales
- Optimización y medición de las redes sociales. Visión básica.
 - Generación de contenido
 - Visitas a la web vs Incremento de Fans

B. Email marketing

- Introducción y objetivos del bloque
- Las bases de datos
- La importancia del "de" y del "asunto"
- El diseño del email
- ¿Cuándo enviar? ¿Cada cuánto tiempo?
- Métricas y análisis de los resultados

- Test A/B
- Auto respondedores
- Plataformas para email marketing (MailChimp)

C. Mobile Marketing. Estrategias específicas para el entorno Móvil

- Introducción y objetivos del bloque
- El mercado "mobile". Situación actual. Datos
- ¿Qué es el marketing móvil o "mobile advertising"?
- Aspectos técnicos a considerar (pantalla, sistema operativo, red, aplicaciones, localización)
- El medio móvil (sitios web móviles vs apps)
- Planificación de medios "mobile" (sem, seo, display, video, social media, sms...)
- Recomendaciones sobre usabilidad y test
- Modelos de negocio "mobile"

4. Análisis, optimización y conversión. Estrategia y Plan de Marketing Online

A. Análisis, medición, optimización y conversión. Herramientas y Test.

- Introducción y objetivos del bloque
- ¿Por qué debemos medir? ¿Qué es la analítica y quién la usa?
- Midiendo conversiones
 - Macro y microconversiones
 - Píxeles de conversión
 - Análisis de rentabilidad
 - Análisis de coste por lead
 - Análisis de campañas SEO/SEM/Display/Email
 - Embudos de conversión
 - Análisis multicanal
 - Seguimiento de llamadas: cómo hacerlo, teléfonos virtuales.
- Principales herramientas de analítica
- Google Analytics. Visión básica.
 - Como crear una cuenta
 - Principales datos que podemos medir
- Otra herramientas de analítica: analítica social y mobile
- Optimización web
- Test A/B y Multivariantes.

B. El Plan de Marketing Online

- Introducción y objetivos del bloque
- Definición de los objetivos digitales
- Investigación del mercado online
- El público objetivo
- La estrategia online
- Programación de acciones
- Estimación de costes y resultados

5. Casos prácticos

- A. El alumno hará varios casos prácticos durante todo el curso, trabajando el entorno web y los diferentes medios publicitarios online sobre una web existente.
- B. Al final del curso, el alumno diseñará la estrategia y el plan de marketing online para su propio sitio web o negocio.

Matrícula e Inscripción

Periodo de matriculación: hasta el 23 de febrero de 2016.

Duración del curso: del 1 de marzo al 1 de julio de 2016.

Inscripción:

Podrás formalizar tu matrícula vía telemática en la página web del curso www.cursosmarketingonlinefuned.com o bien en la página oficial de la Fundación UNED www.fundacion.uned.es.

Información Académica

Tel. 91 169 70 97 (10-14h L-V)
noelia.gomez@cursosmarketingonlinefuned.com
<http://www.cursosmarketingonlinefuned.com>

Información Matrícula

Fundación UNED
Tel. 91 386 72 76
erodriguez@fundacion.uned.es
<http://www.fundacion.uned.es>



Añade a tu matrícula un curso de inglés

¿Sabías que al matricularte al Curso de Marketing Online puedes añadir a la matrícula un curso de inglés de la F. UNED a un precio especial?



Añade a la matrícula del Curso de Marketing Online un Curso Online de Inglés de la F. UNED de un año de duración por **solo 170 €**.

¿Cómo son los cursos?

Tienes toda la información detallada de los cursos de inglés en este enlace:
<http://www.cursosinglesfuned.com/>

¿Cómo puedo hacerlo?

Si te interesa perfeccionar tu nivel de inglés podrás seleccionar esta opción en el proceso de matriculación del Curso de Marketing Online. Ambos cursos comenzarán el mismo día.