

I CURSO DE 'MARKETING ONLINE' PARA PERIODISTAS



Del 7 de febrero al 14 de marzo de 2014

Programa I Curso de “Marketing Online” para Periodistas

Del 7 de febrero al 14 de marzo de 2014

REQUISITOS: Dado el nivel del curso, se requiere que los alumnos tengan buenos conocimientos previos en herramientas del periodismo digital y en Wordpress. Además deberán manejar a nivel básico-medio Google Analytics.

ÍNDICE

DÍA 1: El plan de “marketing online”. Realizar una campaña en Adwords.

La landing page.

- ❖ ¿Cómo hacer un plan de marketing online? Partes de las que consta: Situación, Target, Objetivos, Línea estratégica, Tácticas, Timing, Presupuesto, Evaluación. Caso práctico: Plan de marketing de una empresa conocida.
- ❖ Google Adwords: realizar una campaña de SEM (caso práctico).
- ❖ Una herramienta clave en una campaña de “marketing online”: la landing page. Definición. 1.4 Creación de una landing page. Seguimiento de estadísticas de una landing page.

DIA 2: Analytics Avanzado (I)

- ❖ GA por dentro: dimensiones y métricas
- ❖ Tipos de sitios web y estrategias
- ❖ Objetivos y KPIs
- ❖ Métricas personalizadas
- ❖ Definir objetivos en GA y tracking de campañas
- ❖ Configuración de filtros y segmentos
- ❖ Optimizar la conversión

DÍA 3: Analytics Avanzado (II)

- ❖ Embudos multicanal y atribuciones
- ❖ Segmentos avanzados
- ❖ Método de etiquetado y validación
- ❖ Eventos, sus limitaciones y utilidades prácticas
- ❖ Eventos vs urls virtuales

- ❖ Informes personalizados
- ❖ Interpretación de resultados
- ❖ Mejores prácticas y errores comunes en Google Analytics

DÍA 4: Marketing en RRSS (I)

- ❖ Acciones de marketing en Facebook (casos prácticos): Formatos Premium, editor múltiple, zona developers (caso práctico de cómo integrar una cuenta Twitter en una pestaña de la fanpage).
- ❖ Navegación a través del menú de Insights (caso práctico): interpretación de resultados
- ❖ Herramientas de medición en Twitter (casos prácticos): Twitter Reach, Twitter Search, SocialBro.
- ❖ Herramientas ROI (casos prácticos): Klout, Kurrently...

DÍA 5: Marketing en RRSS (II)

- ❖ Cómo hacer una campaña en Youtube y medición estadística (caso práctico).
- ❖ Campañas de marketing en Instagram, Pinterest, Foursquare (casos prácticos).
- ❖ Marketing mobile: ejemplos.
- ❖ Cómo hacer un informe de “marketing online” de cara al cliente. Interpretación de datos.

DÍA 6: Marketing de afiliación

- ❖ Como monetizar una página web a través de la afiliación. Casos prácticos: Amazon, Tradedoubler...
- ❖ Lanzamiento de campañas de venta de productos a través de la afiliación para empresas. Casos prácticos: apertura de cuenta en diversas plataformas, gestión de las campañas, seguimiento estadístico, etc.