

# FORMACIÓN EXPERTOS 2013

#ecmo\_cs

Experto en Comunicación  
y Marketing Online

68 h



Estrategias,  
planificación y análisis  
para la gestión de  
la comunicación y el  
marketing *online*

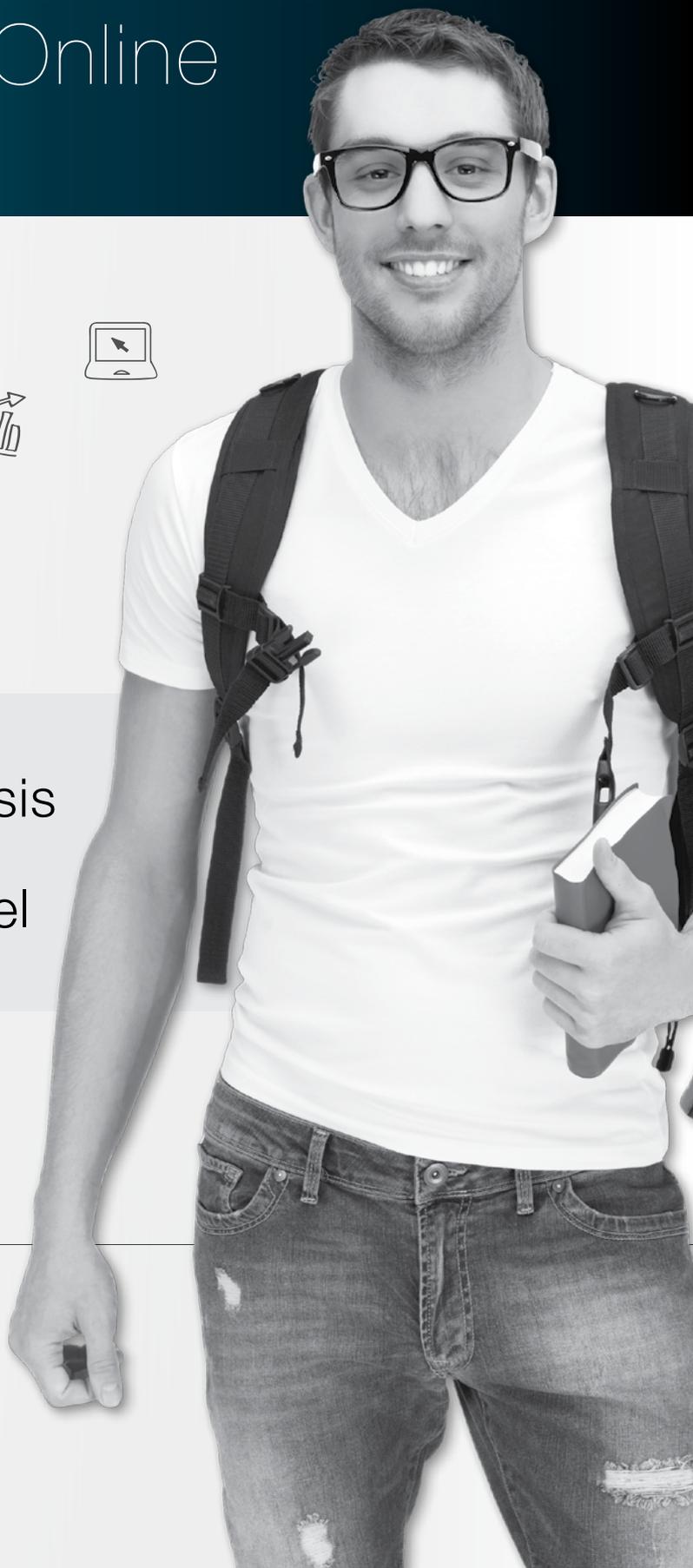
**Cámara**  
Castellón

[www.formacioncastellon.com](http://www.formacioncastellon.com)

[www.camaracastellon.com/formacion](http://www.camaracastellon.com/formacion)



@FormacionCamara  
@camaracastellon



► **Introducción** Este curso de experto se ha planteado desde una visión estratégica de la comunicación y el marketing online que va más allá de la gestión de redes sociales.

Pretendemos formar a los alumnos en aquellos aspectos más estratégicos, de análisis y de planificación necesarios para el desarrollo de un plan global de comunicación y marketing online.

Por ello, hemos dividido este curso de experto en una serie de módulos focalizados en aquellos contenidos que actualmente reclaman las empresas cuando deciden apostar por su presencia online y optan por contratar un experto para la definición y la gestión de estas acciones.

---

► **Destinatarios** Profesionales y estudiantes con experiencia o formación en el ámbito de la comunicación corporativa, el marketing y la publicidad *online* y *offline*. En todos los casos, es recomendable que tenga conocimientos y experiencia en el entorno de Internet y la gestión de redes sociales.

Perfiles a los que se destina el curso:

- Directores de comunicación y marketing.
- Técnicos de comunicación y marketing.
- Responsables de comunicación y marketing on line en agencias de comunicación.
- Community managers en cliente final o agencia.
- Estudiantes del ámbito de la comunicación, publicidad y marketing.

---

► **Objetivos** Los objetivos del curso se basan en ampliar y consolidar los conocimientos de comunicación y marketing digital desde un punto de vista estratégico. Para ello, basamos el curso en el desarrollo de una serie de módulos focalizados en aspectos fundamentales para el desarrollo de la estrategia, la gestión de la comunicación corporativa en la red y la gestión y análisis de inversiones realizadas en esta área de comunicación (ROI).

---

► **Metodología** Se va a utilizar una metodología teórico - práctica sobre todo en aquellos módulos enfocados al conocimiento, uso y gestión de herramientas: Analytics, SEO y SEM.



# PROGRAMA

## 4 h MÓDULO 1: Mundo Internet y Herramientas 2.0

Módulo de introducción al curso sobre la tecnología y el conocimiento de las posibilidades tecnológicas en las prácticas del marketing on-line. Repaso a las tecnologías de acceso y a las posibilidades del "internet de las cosas". Creación de un mapa de aplicaciones profesionales para su aplicación en la gestión de presencia y perfiles.

## 12 h MÓDULO 2: Definición y Desarrollo de un Plan Estratégico De Marketing On-Line

En este módulo aprenderemos qué analizar en una estrategia online y qué considerar para implementar acciones sobre una base de conocimiento de marketing al campo Internet en toda su extensión.

El marketing online es la vía que más crece en inversión, y conocer las diferentes posibilidades existentes es imprescindible para actualizar las funciones directivas en este campo. El universo de la Web comprende un abanico de oportunidades que conviene focalizar desde la base estratégica, comprendiendo las sinergias y las diferencias de este medio respecto al marketing tradicional: SEO, SEM, portales, SMO, blogging, redes, viralización y la segmentación hacia nuestro público objetivo.

## 8 h MÓDULO 3: Analítica web. GOOGLE ANALYTICS

Módulo formativo basado en analítica web y en la herramienta Analytics de Google. En el que intentaremos explicar y aplicar las principales características de Google Analytics, y más herramientas y complementos importantes relacionados con la Analítica Web.

- Análisis web: qué es y cómo aplicarlo
- Introducción a Google Analytics

- Perfiles y Filtros
- Objetivos y embudos de conversión
- Seguimiento de campañas
- Entendiendo a las visitas
- Seguimiento del comercio electrónico
- KPIs y Cuadros de Mando
- Más allá de Google Analytics

Durante este módulo se aplicará de forma práctica a los datos que se vayan explicando. Por este motivo, los alumnos deberán de disponer de una cuenta en google analytics para poder trabajar en clase. Estas sesiones se realizarán en un aula de informática, no obstante, los alumnos podrán traer su ordenador portátil.

## 12 h MÓDULO 4: Herramientas para la gestión de contenidos en webs cms. gestión y explotación de recursos.

- Blogs, Webs: ¿Porqué debo generar contenido?
- Los mejores CMS: Wordpress, Joomla, Drupal, Magento, Prestashop
- Qué es WordPress?
- Utilidad de WordPress, web, blog
- Posicionamiento con WP
- Crear un dominio gratuito en el servidor de WP
- Instalar WordPress en un servidor profesional
- Panel de control

- La importancia de las etiquetas
- Creación de páginas
- Creación de entradas
- Galería de imágenes
- Inserción de Google Maps, Youtube
- Formularios de contacto
- Plugins, instalación. Los más efectivos. Widgets
- Copias de seguridad

## 4 h MÓDULO 5: Tráfico a web y redes sociales: SEO

Datos generales de acceso a internet y uso de buscadores. Elección de plataformas de búsqueda. Acciones SEO como dinamizadoras de tráfico web y técnicas actuales de mejora de posición en motores de búsqueda.

## 4 h MÓDULO 6: Marketing de buscadores: SEM / estrategias y puesta en marcha

- Introducción a Adwords
- ¿Qué es Google Adwords?
- Funcionamiento
- SEO o SEM, esta es la cuestión
- El coste de una campaña SEM
- Cuando, cómo, donde
- Creación de nuestra campaña
- Campaña, grupo de anuncios, anuncios
- Seguimiento del proyecto
- Ejemplo reales de posicionamiento

## 12 h MÓDULO 7: Redes sociales: Estrategia, gestión y monitorización

Desde una perspectiva teórico-práctica, analizaremos cómo definir y planificar una estrategia social media (elaboración del briefing o documento previo de trabajo, definición del público objetivo; análisis DAFO, objetivos...), cómo diseñar las acciones tácticas aprovechando el potencial de cada una de las principales redes sociales y cómo analizar y monitorizar los resultados.

Además de ello, veremos cómo optimizar la dinamización de cada una de las principales redes sociales: Facebook, Twitter y blogs; y durante las sesiones se expondrán casos prácticos donde el alumno podrá poner en práctica lo expuesto por el profesor.

## 4 h MÓDULO 8: Captación, análisis e interpretación de datos y toma de decisiones en marketing on line

Dentro de este módulo, aprenderemos objetivos, aplicaciones y formas de analizar y decidir en función de nuestras necesidades de comunicación online.

¿Cómo conocemos a nuestro público objetivo y su comportamiento online? ¿Cómo estudiar el mercado en el panorama global de Internet? ¿Qué datos debemos considerar y cómo emplear los verdaderamente importantes? La Web nos proporciona una cantidad de datos que debemos acotar para poder enfocar nuestras estrategias de marketing con eficacia.

## 4 h MÓDULO 9: ROI: Retornos de inversión en acciones de marketing y comunicación on line

Sin medición no hay retorno posible. Establecer los objetivos y la forma de medirlos es la clave para averiguar si nuestras inversiones en marketing online van o no por el camino de la rentabilidad. En un campo tan fragmentado en audiencias, resulta vital entender la fórmula para encontrar los formatos de medición adecuados y poder redirigir nuestras acciones.

Entender las claves de la medición online, sus elementos y formatos de medición son materias sobre las que girará este módulo y que permitirá concretar nuestras estrategias de marketing aplicadas a Internet en toda su extensión.

## 4 h MÓDULO 10: Tomarse la vida con humor es más sano que comer fruta. *Verdad verdadera* Caso práctico: El desarrollo de la comunicación y el marketing on line en YOIGO

Este último módulo servirá para conocer la experiencia de la gestión del día a día de la comunicación online de una gran cuenta como es Yoigo. Un repaso por los distintos elementos que se trabajan desde el punto de vista del diseño, estrategias y presencia en redes sociales.

La base de la comunicación en Yoigo ha sido, desde el inicio, comunicar al cliente y al posible cliente las cosas tal y como son. Yoigo habla al cliente como tú le hablas a un amigo, estando tus padres delante. Pero esto no significa ser aburridos ni sosos ni pasar desapercibidos, significa hablar claro, decir la verdad y para ellos dar gran importancia a la creatividad basándonos en el humor, algo que nos gusta mucho hacer en este país y que se hace muy poco por parte de las empresas, reírse de uno mismo. De aquí surgen las verdades verdaderas.

## Dirección del curso

▶ Santi Gimeno

CEO en Gimeno 111 Consultores de Comunicación



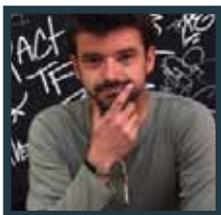
Licenciado en Periodismo por la Universitat Ramon Llull. Ha trabajado como periodista en distintos medios audiovisuales y como Director de Comunicación en Grupo G&C y la ONG internacional Design for the World. Actualmente es CEO en la consultora de comunicación Gimeno 111, en la que basan su trabajo en ayudar a empresas a gestionar su comunicación off line y on line para generar negocio y conseguir objetivos.

sgimeno@gimeno111.com / @santigimeno / @gimeno111

## PROFESORADO

### ▶ Alex Rubio

*I+D Marketing Planner en Círculo Rojo*



Planner de I+D y marketing en esta agencia valenciana de publicidad, marketing y new media de la que también es socio co-fundador desde su formación en 2005.

Es co-fundador, organizador y speaker en Adictos Social Media, uno de los eventos profesionales de la Web Social más reconocidos de España, que ya ha reunido a más de 8.500 profesionales y amantes del marketing digital en 13 eventos. Asesora a empresas y organismos, es formador y speaker en eventos, universidades, másteres e instituciones públicas y privadas, dentro del campo de Marketing de Innovación, Social Media y Business 2.0.

Se define como un 'rethinker', reflexionando sobre la necesidad de una evolución en el Marketing hacia una perspectiva integral online y offline, entendiendo los nuevos y cambiantes biorritmos de la sociedad.

### ▶ Ana Lumbreras

*Online Creative Manager en Yoigo*



Actualmente es la directora creativa online en Yoigo. Anteriormente ha trabajado como redactora en diferentes agencias de marketing.

Es la responsable directa de las campañas online de captación de clientes, redactora de la fidelización a clientes y de los contenidos de la página web y responsable creativa de la publicidad on y off line, en el departamento de marketing y ventas.

Yoigo es una empresa pionera marcando un nuevo estilo de comunicar y referente para muchas empresas en cuanto a tono de comunicación.

### ▶ Carlos Carbellido

*Digital Marketing Manager en agr!*



Dirige la comunicación digital de Plátano de Canarias (ASPROCAN), DOca Rioja México y DOca Rioja Suiza, Naranjas Fontestad y Anecoop España y Francia, entre otros clientes.

Autor del blog "www.uncommunitymanager.es". Blog de Marketing Online y Social Media con más de 10.000 visitas al mes.

Community Manager, Strategic Social Media y Técnico en Monitorización y Análítica Web.

Anteriormente ha gestionado la comunicación on line del Salón Internacional de la Franquicia, Feria Internacional de la Moda Infantil y Juvenil (FIMI), Fiesta y Boda, Cero a Cuatro, Feria Internacional del Bebé; Gastronomía y Feria del Automóvil de Valencia de Feria Valencia, entre otras cuentas.

### ▶ Óscar Marín

*Director de Comunicación en el Instituto de Biomecánica de Valencia*

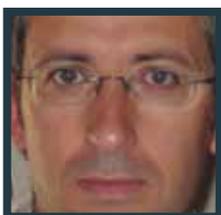


Durante más de 15 años ha estado dedicado al mundo del marketing interactivo e internet trabajando entre otras para empresas como Sony, Generalitat Valenciana, Ayuntamiento de Valencia, BMW-Oracle, Palau de la Música, etc..

Durante más de 9 años dirigió la empresa interactiva Indenet S.A. perteneciente al Grupo Publips y con más de 10 años de experiencia como docente en cursos de postgrado de la UPV.

### ▶ Quique Mateu

*Experto en creación de marca personal, diseño web, posicionamiento en buscadores y social media*



Desde 2009 llevo realizando formación y proyectos en diferentes ámbitos profesionales.

En la actualidad es docente de asignaturas como Gestión de blogs con WordPress, Posicionamiento SEO-SEM y Community Manager... en organismos oficiales y empresas como Dircom Comunidad Valenciana, Cámara Comercio de Castellón, Centro de Turismo de la Comunidad Valenciana (Valencia, Gandía, Denia), Ayuntamiento de La Vall de Uixó, Ayuntamiento de Gandía, Fundación Coso, etc., gestionando también el SEO, SEM y el Social Media en diferentes empresas.

### ▶ Rafa Sospedra

*Experto en analítica Web y posicionamiento Seo*



Analista Web y Seo Manager de diferentes empresas relacionadas con el sector de internet, 77market, mumaprojects y del club de empresas, club para la innovación de la Comunidad Valenciana (clubinnovacioncv.es), integrado por empresas de gran proyección nacional.

## ► Tipología

CÓDIGO:	EXP03/13
DURACIÓN:	68 horas.
FECHAS:	05 de abril al 30 de mayo de 2013.
HORARIO:	Viernes de 16:00 a 20:00 y sábados de 09:00 a 13:00 horas.
IMPORTE:	1.100 € ( máximo bonificable 884 €).
MODALIDAD DE PAGO:	1ª cuota de 550€ a abonar el día 25 de marzo de 2013. 2ª cuota de 550 € a abonar antes del 29 de abril de 2013.
FORMA DE PAGO:	El importe de la matrícula se podrá abonar mediante: efectivo, cheque, tarjeta de crédito o transferencia bancaria al número de cuenta: 2038 9939 90 6000399717.

## ► Financiación y ayudas

### ESTUDIANTES Y DESEMPLEADOS

Se aplicará un 5% de descuento sobre el importe de la matrícula.

IMPORTE: 1.045 €

Modalidad de pago:

- 1ª cuota de 522,50€ a abonar el día 25 de marzo de 2013.
- 2ª cuota de 522,50 € a abonar antes del 29 de abril de 2013.

### CÁMARA BUSINESS CLUB

Se aplicará un 10% de descuento sobre el importe de la matrícula.

IMPORTE: 990€  
(máximo bonificable 884€)\*

Modalidad de pago:

- 1ª cuota de 495,00€ a abonar el día 25 de marzo de 2013.
- 2ª cuota de 495,00 € a abonar antes del 29 de abril de 2013.

Consultar Ayudas a la formación en [www.camaracastellon.com/formacion](http://www.camaracastellon.com/formacion)

El máximo bonificable de este curso ante la Fundación Tripartita es del 80%.



Descubre todos los cursos de la Cámara en:

[www.camaracastellon.com/formacion](http://www.camaracastellon.com/formacion)

Más información:

Área de formación de la Cámara de Comercio de Castellón

- Vanessa Borrás
- Teléfono: 964 35 65 00 - Fax: 964 35 65 28
- [formacion@camaracastellon.com](mailto:formacion@camaracastellon.com)
- [www.camaracastellon.com/formacion](http://www.camaracastellon.com/formacion)

**Cámara**  
Castellón

#ecmo\_cs

