

SEMINARIO

SEARCH MARKETING & SOCIAL MEDIA

DESCRIPCIÓN

El Search Marketing o marketing de buscadores, también conocido como SEM (Search Engine Marketing), es una forma de marketing que opera a través de internet con el objetivo de promover sitios web aumentando su visibilidad y posicionamiento en los buscadores más importantes y relevantes de la red, a través de estrategias de posicionamiento SEO (Search Engine Optimization) o de campañas publicitarias de pago o patrocinadas dentro de estos buscadores.

Social Media es el conjunto de herramientas online que nos permite estar en estrecho contacto con los otros mediante esta vía. Es una tendencia, instrumento de comunicación e interacción, que ya es parte vital para los mercadólogos. El Social Media se confunde como sinónimo de redes sociales, cuando éstas son tan solo una parte del engranaje. Y esta es justamente la razón por la que muchas estrategias de “social media” no funcionan, pues están incompletas, basadas solamente en redes sociales. Social Media incluye redes sociales, blogs, foros, marcadores, geolocalización, etc. Entonces, el primer paso para participar efectivamente en social media y que las cosas funcionen, es entender qué es, qué incluye y cómo funciona.

OBJETIVO

- Conocer el proceso digital, beneficios en marketing y la publicidad digital para las empresas.
- Introducir al marketing de contenidos mediante el SEO y las redes sociales.
- Ofrecer una base teórica y práctica acerca de la optimización de buscadores, así como presentar una serie de herramientas necesarias para desarrollar esta labor.

COMPETENCIAS

- Diferenciar uso e implementación de acciones estratégicas SEO y SEM.
- Comprender el proceso de búsqueda y posicionamiento a partir de palabras claves y direccionamientos.

- Aprender a crear, integrar y desarrollar las oportunidades que ofrecen las redes sociales y el social media en tus estrategias de relación, comunicación y venta con tus clientes actuales y potenciales.

DIRIGIDO A

- Profesionales del marketing, comunicación y publicidad que deseen ampliar sus capacidades laborales o redirigir su carrera hacia el Marketing Digital.
- Emprendedores y responsables de negocios de empresas de nueva creación, que quieran que su empresa esté presente en la red de una forma eficiente y aprovechando todo el potencial a su alcance.
- Consultores que presten servicios de estrategias, ventas y/o marketing digital.
- Público en general, que tenga interés en obtener nuevos conocimientos en áreas de marketing y publicidad.

CONTENIDO

SEARCH MARKETING: SEO/SEM

- Principales definiciones
- Introducción a los buscadores
- Distinciones entre SEO y SEM
- Introducción al Search Engine Optimization (SEO)
- SEO ON Site
- SEO OFF Site
- Qué hacer y qué no hacer en SEO
- Introducción al Search Engine Marketing (SEM)
- Las Campañas
- Herramientas adicionales para el SEM
- Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural
- Diferenciación, uso e implementación de acciones estratégicas SEO y SEM.
- Fundamentos, opciones y puntos importantes en la estrategia SEM

SOCIAL MEDIA

- **El Social Media para construir imagen y alcanzar reputación**
Concepto de Social Media. Importancia y repercusión
Redes sociales verticales y redes horizontales
Las redes sociales como fuente e intercambio de información

- **La figura del Community Manager**
Perfil del Community Manager
Habilidades del Community Manager
El rol del Community Manager en una empresa o marca
Errores que no debe cometer un Community Manager
- **Redes Sociales. Usos, herramientas, estrategias y monitorización**
Definición y usos de las redes sociales
Redes sociales principales: usos y gestión. Facebook, Twitter
- **Las redes sociales profesionales**
Concepto de networking. Creación y optimización de nuestra red
Uso de LinkedIn
Nuevas herramientas de promoción personal: videoblog, páginas profesionales, etc.
- **Introducción a las redes sociales de geolocalización**

METODOLOGÍA

Los seminarios se desarrollarán en forma teórica – práctica, a través de la transferencia de información por medio de casos que se elaborarán durante las horas programadas.

La discusión de los casos permitirá al participante aplicar la teoría recibida en forma ágil, interactiva y con ejecución altamente práctica.

Se podrán en práctica las herramientas entregadas a través de ejercicios puntuales.

DETALLES

Incluye: Certificado de Asistencia y almuerzo

Lugar: Campus ECOTEC, vía Samborondón, km. 13.5

Duración: 16 horas

Fechas: Sábados 30 de junio y 7 de julio de 2018

Hora: De 09h00 a 17h00

INSTRUCTOR

NICOLÁS FERNÁNDEZ ARELLANO

Consultor especialista en estrategia de marketing empresarial, marketing digital, E-Commerce, E-Business, E-Banking, E-Government y TICS, Diseñador y programador de aplicaciones web, redes sociales, consultor de analítica web y posicionamiento SEO.

Es Ingeniero en Sistemas y Comercio Electrónico de la Universidad Católica de Guayaquil y cuenta con un Diplomado en Comercio Electrónico de la Universidad Bolivariana Colombia. Preparación adicional en Certificación Experto Latam Vtex, Marketing Digital y Redes Sociales, Internet Marketing Pro, Google Pro, Internet Marketing Conferences, Estrategia Digital, Técnicas de Posicionamiento SEO, E-Commerce.

Actualmente es Gerente de Comercio Electrónico de Créditos Económicos. Ha ocupado puestos como Jefe Ecommerce de Movistar, Jefe Ecommerce & Social Media Developer en Comandato, entidades con las cuales se ha hecho acreedor a varios premios E-Commerce Award Ecuador, otorgados por el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico y por la Cámara de Comercio de Guayaquil, como mejor sitio E-Commerce en la categoría Retail, por varios años consecutivos desde el 2013 hasta el 2016.