

## **Educación Continua 2013**

### **Curso de Estrategias de Marketing Web 2.0 y Social Media**

#### **Objetivos**

Fomentar en los participantes su pensamiento estratégico, acercándolos a los últimos conocimientos acerca de las herramientas de Marketing Online.

Como resultado del curso, se espera que el alumno sea capaz de tomar decisiones más efectivas y eficientes dentro del canal online; lo que le permitirá definir el mejor mix de medios para implementar acciones de marketing optimizables y medibles, favoreciendo así su presencia y posicionamiento dentro de un entorno digital cada vez más competitivo.

#### **A quién está dirigido**

Dirigido a todos aquellos que quieran comprender la dinámica del Marketing aplicado a las nuevas herramientas de la Web actual.

#### **Programa**

##### **1) Introducción al Mundo Online**

Evolución de la web en los últimos años y su situación actual. La Web 2.0 y 3.0 Herramientas y modelos de de negocios en la Web. Perspectivas del negocio Web en los próximos años. Tendencias.

##### **2) Publicidad y Estrategia 2.0**

Los modelos de negocio online. Viral marketing: Características y factores que lo generan. Anatomía de una acción viral. El rol de las redes sociales, el email y otras herramientas en la influencia viral. Formatos Publicitarios existentes.

##### **3) Introducción a Google Analytics**

¿Para qué sirve la herramienta, a quién está dirigida? Planificación de una estrategia de medición avanzada para analizar el comportamiento de los usuarios dentro de tu sitio. Recorrido por los features básicos de la herramienta. Entendimiento de las principales métricas.

##### **4) Google Analytics Avanzado**

Configuración avanzada sobre la cuenta. Diferencias entre Perfil, Filtros Avanzados, Segmentos Avanzados, Informes Personalizados. Medición de Campañas Online. Configuración para el seguimiento de Objetivos de Conversión. Ecommerce Tracking. Armado de Paneles "Dashboards" sobre la herramienta para el monitoreo general del sitio.

##### **5) Social Media I - Nativos Digitales**

Cómo utilizar las redes sociales a favor de nuestras marcas y objetivos. Herramientas clave para una correcta gestión. Definición de visión, objetivos y desarrollo de un Social Media Marketing.

#### **6) Introducción a Google AdWords**

Marketing en Buscadores. Diferencias entre SEO y SEM. La Red de Búsqueda y la Red de Contenido de Google. Principales métricas y KPI's. Planificación de campañas en Google. Prespuestación. Implementación de Campañas. Entendimiento de la estructura de una cuenta.

#### **7) Social Media II**

La nueva conversación digital. El nuevo marketing. La gamificación. El valor de la estrategia. Viralidad. Valores de Marca. ROI. Social Graph. Interest Graph. Personal Graph.

- Facebook Marketing
- Twitter Marketing
- Social Gaming (clase completa)

#### **8) Google AdWords Avanzado**

Vinculación de cuenta de Google AdWords con Google Analytics. Entendimiento de los principales reportes asociados. Armado de reportes personalizados acerca de la performance de las campañas. Optimización continua. Práctica sobre la herramienta

#### **9) Search Engine Optimization (SEO)**

¿Qué factores definen que una página sea encontrada por Google y quede mejor posicionada a la hora de la búsqueda. Estrategias de Keywords, armado SEO friendly, Page rank y generación de links entrantes. Qué tipo de estrategia y acciones debo adoptar a la hora de diseñar mi sitio web y de hacer una campaña publicitaria online.

#### **10) Casos de Éxito**

Análisis de case-studies a nivel mundial. Cuáles son los mejores Modelos de Negocios que hacen exitosos los emprendimientos Online. Ejemplos de Campañas de Marketing exitosas.

**Los módulos se distribuirán a lo largo de las 12 clases.**

#### **Director Académico**

##### **-Lic. Santiago Zuccherino**

Lic. en Administración de Empresas (UBA). Máster en Marketing (UdeSA).  
Director Creativo en BloopDigital. Consultor para empresas nacionales e internacionales en temas relacionados con el Branding, marketing y negocios online.  
Director de cursos de posgrado universidades de primera línea mundial. Profesor de MBA de la Universidad de Belgrano y Nacional de La Plata. Cuenta de Twitter: @santizuccherino

#### **Cuerpo Docente**

##### **-Lic. Leila Beraja**

Licenciada en Comercialización (UADE). Actualmente es Líder del área de Web Analytics en Intellignos (Certified Partner de Google), empresa líder en Research y Web Analytics para Latam. Fue oradora en el HOWA 2012 y participa activamente de la organización y el dictado de cursos internos (abiertos al público) relacionados a Google Analytics y Estrategias 2.0

Además, este es su 4º año consecutivo brindando capacitaciones a profesionales en reconocidas Universidades, dictando Programas in-Company, focalizándose siempre en la mejora de los objetivos de negocio para las empresas

***Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.***

### **Consideraciones Generales**

**- Modalidad:**

**Semana!** 1 clase por semana de 3 h. cada una, los días miércoles de 19:00 a 22:00 h.

**- Inicio:**

24 Julio de 2013

**- Duración:**

12 clases de 3hs

**- Sede de Dictado**

Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua. Lavalle 485. Capital. Federal.

**- Asistencia Mínima:**

75% de las clases

**- Certificados:**

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes presenten el trabajo práctico final y cumplan con la asistencia mínima requerida