



Branding digital: Gestión de tu marca en la red

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Aprender a crear y desarrollar una imagen de marca sólida y adecuada para los objetivos profesionales o de la empresa.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer los conceptos de imagen y reputación en la red, para construir una imagen personal.
- Aprender a gestionar los aspectos básicos que intervienen en la creación de nuestra huella digital.
- Conocer los parámetros adecuados para calcular la rentabilidad de la creación de mi imagen personal en la red.
- Aprender a manejar la reputación on line y el posicionamiento de mi imagen en la red.
- Analizar los aspectos que intervienen en la creación de nuestra huella digital para poder mejorar nuestra reputación.
- Saber gestionar nuestra red de contactos de forma eficiente para el logro de los objetivos planteados en la estrategia de marketing personal de la construcción de nuestra imagen.
- Conocer las diferentes estrategias de marketing personal en el ámbito 2.0.
- Aprender a diferenciarnos de nuestra competencia como profesionales.
- Ser capaces de establecer una estrategia basada en la gestión de nuestra marca personal.
- Lograr establecer el procedimiento básico mediante el que podemos gestionar nuestra marca personal.
- Saber vendernos como profesionales promocionando nuestra marca personal.
- Conocer las herramientas para lograr el posicionamiento que la marca o empresa persigue.
- Comprender las diferencias entre AdSense y el AdWords.
- Conocer los factores básicos que influyen en el posicionamiento en buscadores a través de SEO.
- Entender las características de Ads y AdSense.
- Lograr establecer una estrategia en SEM mediante pago, para poder habilitar procedimientos por medio de AdSense y AdWords para una marca.

- Conocer las nuevas técnicas de posicionamiento más eficientes para nuestra marca.
- Saber cómo promocionar nuestro espacio web mediante las diferentes técnicas de posicionamiento natural.
- Conocer las características del marketing de contenidos y saber aplicarlo.
- Saber calcular el ROI para conocer el retorno de inversión en nuestro negocio y la pertinencia de la estrategia de marketing que hemos implantado.

Contenidos

Branding digital: Gestión de tu marca en la red	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: La imagen 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La imagen. <ul style="list-style-type: none"> ○ Posibilidades de una adecuada imagen. ○ Relevancia de las redes sociales. ○ Diferencias entre imagen, posicionamiento y reputación. ○ Características de la imagen. ○ Funciones de la imagen. • Reputación online. • ROI. • Huella digital. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategias para crear una imagen digital. • Red de contactos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto de red de contactos. ○ Consejos para crear una red eficiente. ○ Beneficios y trucos en una red de contactos. 	<p>8,30 horas</p>
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	<p>30 minutos</p>
Actividad de Evaluación UA 01	<p>1 hora</p>
Tiempo total de la unidad	<p>10 horas</p>
<p>Unidad 2: Marketing 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de marketing. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategias de marketing empleando la web 2.0. • Tu marca, tu producto. Saber venderte. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ventajas y beneficios de la marca personal. ○ Consideraciones en el desarrollo de la marca personal. ○ Gestión de la marca personal. • La clave, la diferenciación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategia de diferenciación. • La comunicación 2.0. <ul style="list-style-type: none"> ○ Escucha activa. ○ Proceso de escucha activa. ○ Monitorización de la marca. ○ Escucha y monitorización. • La comunicación no verbal. <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos de la comunicación no verbal. ○ Habilidades sociales. ○ Habilidades sociales: comunicación asertiva. 	<p>8,45 horas</p>

Cuestionario de Autoevaluación UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02	45 minutos
Tiempo total de la unidad	10 horas
<p>Unidad 3: Posicionamiento y reputación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento y reputación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Buscadores I. ○ Buscadores II. • SEO y SEM. <ul style="list-style-type: none"> ○ SEO. ○ SEO: Establecer una estrategia SEO. ○ SEM. • Métodos de pago: google Ads, AdSense. <ul style="list-style-type: none"> ○ Google Ads. ○ Google Ads: Formatos y espacios. ○ Google Ads: Pago por clic. ○ AdSense. 	7,50 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	50 minutos
Tiempo total de la unidad	9 horas
<p>Unidad 4: Promoción y análisis.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al marketing on-line y su aplicación al sector. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategia de marketing on-line. ○ Estrategias de marketing de resultados. ○ Otras estrategias de marketing. ○ Marketing en medios sociales o marketing 2.0. • Promociona tu sitio web de forma óptima con posicionamiento natural. • Rentabilidad de posicionamiento (ROI). <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicaciones del ROI. ○ ROI y SEM. ○ Caso práctico: ¿Cómo saber si tenemos un posicionamiento SEO rentable? ○ Rentabilidad del Marketing de contenidos. • Elección de estrategias de posicionamiento con Marketing de contenidos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategia de contenido relevante. ○ Trabajar los contenidos. ○ Cómo crear contenidos que ayuden en el posicionamiento. ○ Formatos. • Las 4 claves del Marketing de contenidos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Palabras clave. 	8,30 horas

<ul style="list-style-type: none"> ○ Etiquetas HTML. ○ URL. ○ Estrategia de contenido viral. • La importancia del video marketing para el posicionamiento en Google. <ul style="list-style-type: none"> ○ Requisitos para posicionarnos mejor con los vídeos en los resultados de Google. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 04	1 hora
Tiempo total de la unidad	10 horas
Examen final	1 hora
4 unidades	40 horas