

### **Nombre del curso**

MARKETING 2.0 Y MARKETING 3.0

### **Descripción**

El marketing de contenidos es uno de los pilares más sólidos en los que podemos apoyar nuestros proyectos. Este, forma parte del *inbound marketing*, que es el arte de entender exactamente qué necesitan saber tus clientes y entregárselo de forma pertinente y convincente.

Gracias al marketing de contenidos podremos crear y distribuir contenido relevante para clientes y potenciales clientes con el objetivo de atraerlos y conectar con ellos. Los alumnos aprenderán qué es el Marketing de contenidos y cómo ponerlo en contexto en una estrategia. También descubrirán los diversos formatos en que se pueden apoyar y podrán conocer cómo pueden ayudarles las redes sociales y aprovecharlas sacando su máximo rendimiento.

El marketing además responde a la nueva dinámica de mercado donde la rentabilidad debe estar equilibrada con la responsabilidad corporativa. Conoceremos qué son las buenas prácticas mediante una aproximación a la definición de Buena Práctica en Responsabilidad Corporativa. Conoceremos algunos casos de Buenas Prácticas a nivel mundial y veremos la recopilación de casos de buenas prácticas entre pequeñas y medianas empresas en relación con las buenas prácticas en Europa.

### **Número de horas**

30

### **Objetivos**

- Poner en contexto y definir qué es el marketing de contenidos.
- Descubrir los diversos formatos de contenidos.
- Realizar una introducción a las redes sociales, aprender a elaborar una estrategia y establecer una calendarización
- Aprender a analizar el estado de una marca en redes sociales.
- Saber diferenciar entre identidad personal y corporativa, y establecer unas pautas para transmitir bien los valores propios de una marca.
- Conocer cómo se hace un análisis de la competencia social.
- Aplicar la Responsabilidad Social Corporativa a proyectos concretos de situaciones reales, revisando modelos de buenas prácticas aplicables a la propia empresa.

### **Audiencia**

Dirigido a profesionales de departamentos de Marketing y /o calidad de empresas de servicios, aquellos profesionales de la comunicación online o cualquier persona interesada en este sector que quiera adquirir conocimientos sobre el marketing 2.0 y 3.0.

### **Contenido**

#### **1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE CONTENIDOS**

Qué es el Marketing de contenidos. Objetivos. Público objetivo. De qué hablamos cuando hablamos de contenido. ¿Qué es contenido de calidad?. Tipos de contenido de calidad.

#### **2. INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES. SOCIAL MEDIA E INTEGRACIÓN CON EL PLAN DE MARKETING**

Restado de la marca en Social Media. Identidad digital personal y corporativa. La personalidad de la marca. Estrategia y gestión. Análisis de la competencia. Calendarización.

#### **3. BUENAS PRÁCTICAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

Qué son las Buenas Prácticas. Recopilación de casos de Buenas Prácticas a nivel mundial. Recopilación de casos de Buenas Prácticas entre pymes europeas