

CONTENIDOS E INFLUENCERS EN PLANIFICACIÓN DIGITAL DE MEDIOS

CÓDIGO 11B06C05	AUTOR Marta Hita	DURACIÓN ESTIMADA 7 h	NIVEL DE FORMACIÓN Medio/Avanzado
---------------------------	----------------------------	---------------------------------	---

Dirigido a

Profesionales de cualquier sector quieran aprender o profundizar en el conocimiento de la planificación digital, poniendo especial énfasis en técnicos de marketing, media planner y marketing manager.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá a establecer la métrica de los resultados en una campaña online, abarcando aspectos como la creación de red de influencers y de branded content.

COMPETENCIAS

1. Cómo fijar métricas clave para orientar a resultados campañas de marketing online.
2. Cómo crear una red de Influencers para que se conviertan en prescriptores de marca.
3. Cómo diseñar acciones de branded content a través de canales propios o de terceros para estimular tráfico o extender la notoriedad de marca.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Identificar de forma precisa los indicadores de rendimiento de las campañas de marketing digital.
2. Seleccionar perfiles afines a la marca y el target, para acciones patrocinadas a través de sus canales y plan de contenidos.
3. Seleccionar la estrategia de marca a través de técnicas de marketing de contenidos.

CONTENIDOS

Unidad 1. KPI's.

1. Métricas.
2. KPI's
3. Modelos de pago.

Unidad 2. Bloggers, instagrammers y comunidades verticales.

1. Ventajas de incorporar influencers a tu planificación de marketing.
2. Contribución a objetivos de marketing y evaluación.

CONTENIDOS E INFLUENCERS EN PLANIFICACIÓN DIGITAL DE MEDIOS

3. Aspectos clave de la negociación con Influencers.

Unidad 3. Outbrain, publireportajes, artículos patrocinados.

1. Diferencias entre inbound y outbound marketing.
2. Pros y contras del marketing de contenidos.
3. Tipología de contenidos.
4. Incorporación de estrategia de contenidos para pequeñas y medianas empresas.