

## **1. INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA WEB 2.0**

**1.1. Nacimiento de la Web 2.0.**

**1.2. Intercreatividad y Web 2.0**

**1.3. Mapa de aplicaciones**

**1.4. Evolución de la radio con las tecnologías 2.0**

**1.5. Tecnologías 2.0 aplicadas a la empresa**

## **2. MÁS ALLÁ DEL BANNER**

**2.1. La publicidad tradicional**

**2.2. El crash de las .com**

**2.3. Marca comercial**

**2.4. Publicidad en medios tradicionales**

**2.5. Internet como medio de comunicación**

**2.6. Nueva generación de publicidad en Internet**

**2.7. Diez reglas para realizar marketing a través de Internet**

## **3. EMAIL MARKETING**

### **UN ARMA DE DOBLE FILO**

**3.1. Email Marketing**

**3.2. Email Marketing frente a marketing tradicional**

**3.3. Diferencia entre Email Marketing y Spam**

**3.4. Análisis de las estadísticas de los envíos**

**3.5. Errores en las campañas de Email Marketing**

**3.6. Cómo sacar el máximo provecho de tus campañas de Email Marketing**

**3.7. SEM o marketing en buscadores**

**3.8. Email Marketing y redes sociales**

**3.9. Marco jurídico**

## **4. ELIGIENDO LAS PALABRAS ADECUADAS**

**4.1. Marketing**

**4.2. Aprovechamiento de los buscadores con fines de marketing**

**4.3. Consejos de posicionamiento en buscadores**

**4.4. ¿Qué estrategia seguir?**

**4.5. Eligiendo las palabras claves adecuadas**

**4.6. Errores comunes**

## **5. ESCUCHAR A LOS SOCIAL MEDIA**

**5.1. El concepto de marketing e Internet**

**5.2. ¿Qué es el social media marketing?**

**5.3. ¿Cómo lograr marketing social media?**

**5.4. ¿Cómo calcular el ROI en social media marketing?**

**5.5 Ejemplos de empresas**

## **6. VIRALIZAR EL MENSAJE**

**6.1. La campaña de marketing viral**

**6.2. Los seis principios del marketing viral**

**6.3. Principales elementos de una campaña viral**

**6.4. El cómo del mensaje**

**6.5. Medios interactivos**

**6.6. Las redes sociales y la campaña viral**

**6.7. Ventajas y aspectos comunes de la publicidad viral**

**6.8. Inconvenientes en la publicidad viral**

## **7. GESTIONAR LA REPUTACIÓN ON-LINE**

**7.1. La reputación on-line**

**7.2. Las redes sociales como arma de doble filo**

**7.3. La reputación es vital**

**7.4. La información vuela en la Red, nuestra reputación también**

**7.5. ¿Cómo construir una reputación on-line de la empresa?**

**7.6. Consejos**

**7.7. Medir la reputación social**

## **8. ANALÍTICA WEB**

**8.1. ¿Cómo hacer un análisis web?**

**8.2. Herramientas de medición web**

**8.3. ¿Qué se consigue con el concepto de analítica web?**

**8.4. Redes sociales y analítica web**

**8.5. Agencias de medios y analítica web**

**8.6. Publicidad on-line y analítica web**

**8.7. El analista web, un nuevo perfil profesional**

**8.8. Analítica web para medios de comunicación**

**8.9. El futuro de la analítica web**

