

## ITINERARI INNOVACIÓ

- Posicionament SEO/SEM
- Community Manager
- Analítica Web i Màrqueting Digital

Subvencionat pel Consorci  
Convocatòria 2018



**ESCOLA SANT  
GERVASI**  
COOPERATIVA

Àrea de Qualificació  
Professional

**Escola Sant Gervasi Cooperativa**  
Cr. Sabadell 41, 08100 Mollet del Vallès  
93 5795430 / [www.santgervasifc.com](http://www.santgervasifc.com)

[www.santgervasifc.com](http://www.santgervasifc.com)

## Comentaris generals de l'oferta formativa

### Accions formatives incloses a l'itinerari:

Aquest itinerari inclou les següents accions formatives:

Denominació	Tipus	Hores
Posicionament SEO/SEM	Curs	60 hores
Community manager	Curs	50 hores
Analítica web i pla de màrqueting digital	Curs	50 hores
<b>Total hores de l'itinerari</b>		<b>160 hores</b>

### Planificació de les accions formatives:

- Les accions formatives que componen el present itinerari estan programades de manera que aquelles persones vulgui realitzar la totalitat de les accions formatives les puguin realitzar.
- Els possibles candidats es poden inscriure a totes les que vulguin d'aquest itinerari, **ja sigui únicament a una o bé a totes.**

### Programes i Continguts de les accions formatives:

#### Posicionament SEO/SEM

Hores:

- 60 Hores

Objectius:

*Objectius generals:*

- Conèixer què és seo i quins són els seus avantatges per a l'empresa. Ser capaç de posar en pràctica un projecte de promoció de pàgines web..

## Continguts:

### 1. Introducció SEO

- 1.1. Què és SEO
- 1.2. Les tres potes del SEO
- 1.3. Estructura de la informació
- 1.4. Contingut
- 1.5. Enllaços
- 1.6. Com funcionen els motors de recerca
- 1.7. Indexació de la informació. El crawler.
- 1.8. Emmagatzematge de la informació
- 1.9. Resposta a una petició d'un motor de recerca
- 1.10. Eines i plugins

### 2. SEO on-page

- 2.1. Estructura de la informació
- 2.2. La Home no és la nostre única font d'entrada
- 2.3. Com construir l'estructura de la informació indexable a partir del KEI i KFI
- 2.4. Codi HTML posicionable
- 2.5. Disseny
- 2.6. Codi
- 2.7. La web semàntica
- 2.8. SEO per a editors
- 2.9. Eines i plugins SEO on-page
- 2.10. Continguts Web

### 3. SEO off-Page

- 3.1. Importància dels enllaços
- 3.2. Backlinks
- 3.3. Linkjuice
- 3.4. El KOI
- 3.5. Casos d'èxits – Casos de fracàs
- 3.6. Eines SEO off-page

### 4. Eines i analítica Web (SEO)

- 4.1. Webmastertool i Google Analytics
- 4.2. Definició de KPI's SEO
- 4.3. Creació de dashboards

## 5. Consultoria SEO - Benchmark SEO

- 5.1. Auditoria codi
- 5.2. Consultoria SEO on page
- 5.3. Consultoria SEO off page

## 6. Introducció SEM

- 6.1. CPC – CPM - CPA
- 6.2. El compte d'Adwords i configuració d'una campanya bàsica
- 6.3. Formats d'anuncis
- 6.4. Configuració d'orientació i ubicacions
- 6.5. Eines d'adwords
- 6.6. Sistema d' apostes d'adword
- 6.7. Tipus de directives d'adwors i qualitat dels anuncis

## 7. Gestió de campanyes

- 7.1. Codi de conversió
- 7.2. Quality Score
- 7.3. Keyword
- 7.4. Anunci
- 7.5. Landing Page
- 7.6. CTR
- 7.7. Gestió de campanyes a la xarxa de recerca
- 7.8. Gestió de campanyes a la xarxa de display
- 7.9. Pla estratègic de campanyes: Google adplanner

## 8. Vídeo màrqueting amb Youtube

- 8.1. Descripció general de la publicitat en vídeo.
- 8.2. Creació i gestió de campanyes.
- 8.3. Mesura del rendiment i optimització.

## 9. Eines i analítica Web

- 9.1. Connexió amb Google Analytics
- 9.2. Website Optimizer
- 9.3. KPI's SEM i dashboards
- 9.4. MCC

## Community Manager

---

## Hores:

- 50 Hores

## Objectius

### *Objectius generals:*

- Conèixer les competències clau que un COMMUNITY MANAGER ha d'assolir i les característiques del seu lloc de treball.

### *Objectius específics:*

- Dominar els principis del Màrqueting on line i les formes més efectives de difondre un missatge utilitzant els diferents canals on line existents.
- Aprendre a utilitzar de forma experimentada les principals plataformes de Social Media i prendre a multiplicar els seus efectes utilitzant-les de forma coordinada.
- Analitzar converses i/o opinions a les xarxes socials sobre productes o marques.
- Dominar les tècniques per a la generació de reputació on line positiva sobre una empresa, producte o servei.
- Aprendre a monitoritzar la nostra marca i la competència a través de les xarxes socials.
- Fomentar l'autoaprenentatge, ja que les eines que s'utilitzen en aquest àmbit canvien cada molt poc temps i cal mantenir-se actualitzat.
- Afavorir el desenvolupament de les següents competències en l'alumnat: competència comunicativa lingüística i audiovisual, tractament de la informació i competència digital, competència d'aprendre a aprendre, competència d'autonomia i iniciativa personal, competència en el coneixement i la interacció amb el mon Online i competència social.

## Continguts:

### *1. Social Media i Community Management*

- 1.1. Xarxes socials i comunitats.
- 1.2. Fixar els objectius d'un projecte Online: Acquisition, engagement, conversion, fidelization.
- 1.3. La figura del Community Manager: funcions i responsabilitats.
- 1.4. Com dinamitzar comunitats on line.
- 1.5. Com treballar continguts en social media.

### *2. Estratègia i creació del Pla de Mitjans Socials*

### 3. Facebook

- 3.1. Facebook. Característiques principals.
- 3.2. Fanpages a Facebook: Com gestionar-les? Com fer-les créixer?
- 3.3. Engagement. Com aconseguir engagement amb la comunitat?
- 3.4. Pestanyes i aplicacions a Facebook.

### 4. Twitter

- 4.1. Twitter. Característiques principals
- 4.2. Llenguatge específic de Twitter.
- 4.3. Com augmentar el número de followers.

### 5. Pinterest, Google+, LinkedIn, imatge social i vídeo màrqueting

- 5.1. Pinterest, la plataforma visual.
- 5.2. Google+: Característiques principals.
- 5.3. LinkedIn. Característiques principals.
- 5.4. Gestionar els contactes a LinkedIn.
- 5.5. Com elaborar i optimitzar un CV a LinkedIn (com millorar un extracte amb paraules clau).
- 5.6. Imatge social: Instagram, Flickr. Pinterest (la plataforma visual per a e-commerce).
- 5.6. Principis del videomàrqueting. YouTube, Vimeo i Vine.

### 6. Eines del Community Manager

- 6.1. HootSuite i TweetDeck.
- 6.2. Isuu, Slideshare i Prezi: compartir presentacions i pdfs.
- 6.3. Mailchimp: disseny de newsletters i e-mailing.

### 7. Mètriques i estratègies de Social Media

- 7.1. Mètriques i KPIs de Social Media.
- 7.2. Anàlisi i monitorització en el camp del Social Media.

## Analítica Web i pla de màrqueting digital

---

Hores:

- 30 Hores

## Objectius

### *Objectius generals:*

- Aprendre a mesurar resultats de Màrqueting Digital: accions en xarxes socials, SEO, SEM, email Màrqueting
- Aprendre a fixar i aconseguir objectius SMART en Màrqueting Digital
- Entendre el valor de les KPI i la seva aplicació en projectes Digitals

### *Objectius específics:*

- Entendre la importància de les mètriques per a l'èxit en entorns digitals
- Entendre com funciona un projecte Web i a treure-li partit
- Fixar els objectius d'un projecte Online i portar un seguiment dels mateixos
- Gestionar el nostre blog, web, anuncis i xarxes socials de manera més eficient
- Aprendre a analitzar i buscar casos d'èxit Online, analitzar altres projectes Online i el seu posterior impacte.
- Aprendre a crear i aplicar un Pla de Màrqueting Digital mitjançant tècniques d'Anàlisi Web

## Continguts:

*1. Fixar els objectius d'un projecte Online: Acquisition, engagement, conversion, loyalty*

*2. Sense analítica estem Cecs*

*3. El mètode Lean: Fail fast, fail cheap*

*4. El Pla de Màrqueting Digital*

- Auditoria
- Estudi de la competència
- Anàlisi DAFO
- Anàlisi de l'Audiència
- Fixar Objectius: SMART goals i KPI
- Tècniques de Màrqueting Digital a curt, mitjà i llarg termini
- Fixar un calendari d'implementació
- Fixar un pressupost
- Avaluar el Pla de Màrqueting Digital

*5. Anàlisi Web aplicada a Xarxes Socials*

*6. Anàlisi Web aplicada a Botigues Virtuals*

*7. Anàlisi Web aplicada a projectes SEO*

*8. Eines per a analitzar: connectar Wordpress amb Google Analytics i Webmasters, connectar Wordpress amb MailChimp / Hootsuite / Facebook Insights / Twitter Analytics / Instagram Analytics / LinkedIn*

[www.santgervasifc.com](http://www.santgervasifc.com)