

# Índice

Introducción .....	9
<b>1. Marketing digital.....</b>	<b>11</b>
1.1. <i>Origen de internet.....</i>	11
1.2. <i>Marketing digital vs. Marketing tradicional .....</i>	14
1.3. <i>Marketing digital .....</i>	17
1.4. <i>Purchase funnel digital</i>	
1.4.1. <i>Reputación .....</i>	23
1.4.3. <i>Visitas y conversión .....</i>	29
1.4.3.1 <i>Activación: ¿qué experiencia tiene el usuario?.....</i>	32
1.4.3.2. <i>Conversión: ¿el usuario realiza la acción que nos hemos propuesto? .....</i>	32
1.4.3.3. <i>Retención: ¿el usuario regresa y participa? .....</i>	33
1.4.3.4. <i>Recomendación: ¿el usuario nos recomienda?.....</i>	33
1.4.4 <i>Segmentación y vinculación .....</i>	33
<b>2. Revolución de las redes sociales .....</b>	<b>39</b>
2.1. <i>Revolución de las redes sociales .....</i>	39
<b>3. Publicidad en las redes sociales .....</b>	<b>55</b>
3.1. <i>Publicidad en las redes sociales .....</i>	55
3.1.1. <i>Modelos básicos .....</i>	56
3.2. <i>Objetivos y tipología .....</i>	58
3.2.1. <i>Anuncios en Facebook y Twitter.....</i>	59
3.2.2. <i>Objetivos informacionales .....</i>	64
3.2.3. <i>Objetivos demográficos y sociodemográficos.....</i>	65
3.2.4. <i>Objetivos actitudinales .....</i>	65

3.2.5. <i>Objetivos por uso</i> .....	65
3.2.6. <i>Objetivos por afinidad</i> .....	66
3.2.7. <i>Objetivos por bases de datos propias</i> .....	66
3.2.8. <i>Remarketing</i> .....	67
<b>4. Google: motor de búsqueda.....</b>	<b>69</b>
4.1. <i>Google: motor de búsqueda.....</i>	69
4.1.1. <i>Funcionamiento del motor de búsqueda de google .....</i>	71
4.2. <i>Evolución del algoritmo de google .....</i>	73
<b>5. SEO .....</b>	<b>79</b>
5.1. <i>Concepto y evolución .....</i>	79
5.2. <i>¿Cómo buscan los usuarios? La importancia del longtail .....</i>	84
5.3. <i>Optimización .....</i>	90
5.3.1. <i>Contenido .....</i>	90
5.3.2. <i>Metadatos .....</i>	92
5.3.3. <i>Otros aspectos .....</i>	93
5.4. <i>Seo offline.....</i>	94
<b>6. SEM.....</b>	<b>97</b>
6.1. <i>Concepto .....</i>	97
6.2. <i>Claves y funcionamiento .....</i>	100
6.3. <i>Keywords y concordancia.....</i>	103
6.4. <i>Opciones de oferta .....</i>	106
6.4.1. <i>CPC.....</i>	106
6.4.2. <i>CPM.....</i>	107
6.4.3. <i>CPA .....</i>	107
6.5. <i>Subasta y ranking.....</i>	108
6.6. <i>Display y remarketing.....</i>	108
<b>7. Móvil, internet y publicidad .....</b>	<b>113</b>
7.1. <i>Móvil e internet.....</i>	113
7.2. <i>Importancia y oportunidad.....</i>	115
7.3. <i>Publicidad en el móvil .....</i>	118
7.3.1 <i>Conceptos.....</i>	121
7.3.2. <i>Formatos .....</i>	122
7.3.3. <i>Redes sociales y publicidad móvil.....</i>	123
7.4. <i>Recomendaciones .....</i>	125

<b>8. Comercio electrónico .....</b>	<b>129</b>
8.1. <i>El comercio electrónico .....</i>	129
8.1.1. <i>Crecimiento y situación .....</i>	131
8.2. <i>Claves del comercio electrónico.....</i>	132
8.3. <i>Purchase funnel.....</i>	134
8.3.1. <i>Captación.....</i>	135
8.3.2. <i>Conversión.....</i>	136
8.3.3. <i>Medios de pago.....</i>	138
8.3.4. <i>Logística .....</i>	140
8.4. <i>Algunas plataformas .....</i>	141
<b>9. Métricas, KPIs y Analytics.....</b>	<b>143</b>
9.1. <i>Conceptos básicos. Métricas y KPIs.....</i>	143
9.2. <i>Google Analytics .....</i>	147
9.2.1. <i>Conceptos básicos .....</i>	147
9.2.2. <i>Informes.....</i>	149
9.2.3. <i>Configuración.....</i>	150
9.2.3.1. <i>Tipos de objetivos .....</i>	151
<b>10. Diseño y desarrollo web.....</b>	<b>155</b>
10.1. <i>Gestión de proyectos.....</i>	155
10.2. <i>Diseño y usabilidad.....</i>	157
10.3. <i>CMS.....</i>	159
10.4. <i>Infraestructura.....</i>	161
<b>Referencias bibliográficas consultadas.....</b>	<b>165</b>

