

MARKETING DIGITAL

MODALIDAD: TELEFORMACION

DURACIÓN: 40 HORAS

REQUISITOS ACADÉMICOS: NIVEL 3 (BACHILLERATO)

OBJETIVOS GENERALES:

ADQUIRIR LAS HABILIDADES Y TÉCNICAS, Y APRENDER A APLICAR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN LLEVADAS A CABO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DIGITALES.

PROGRAMA FORMATIVO:

1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL.
 - CONCEPTO DE MARKETING DIGITAL.
 - IDEAS CLAVES DEL MARKETING DIGITAL.
 - EL MARKETING SE HACE INFINITO EN INTERNET.
 - EL MARKETING DIGITAL DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL MARKETING TRADICIONAL.
 - LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y ASPECTOS CRÍTICOS DEL MARKETING DIGITAL.
2. ELEMENTOS DEL MARKETING DIGITAL
 - EL PRODUCTO.
 - EL PRECIO.
 - LOS CANALES.
 - LA PROMOCIÓN.
 - PÚBLICOS OBJETIVOS DEL MARKETING DIGITAL.
 - EL VALOR DE LA MARCA Y EL POSICIONAMIENTO EN INTERNET.
3. HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS DEL MARKETING DIGITAL.
 - IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO.
 - LA AFILIACIÓN HACE LA FUERZA.
 - EL MARKETPLACE.
4. LA PERSONALIZACIÓN Y EL MARKETING DIGITAL
 - PERSONALIZACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
 - MARKETING ONE TO ONE
 - ESTRATEGIAS DE CRM
 - IMPLANTACIÓN DE CRM
5. CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN ON LINE
 - DEFINICIÓN DE UNA CAMPAÑA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN
 - PREPARACIÓN DEL BRIEFING PUBLICITARIO COMO PUNTO DE PARTIDA
 - OCHO MANERAS ESENCIALES DE PROMOCIÓN EN INTERNET
 - LA COMUNICACIÓN 360º
 - LA REGLA DE LAS 4F
 - LA VELOCIDAD DE REACCIÓN
6. LA PUBLICIDAD ON LINE Y SU EFICACIA
 - CONCEPTO Y FORMAS
 - TARIFAS Y PRECIOS DE MEDIOS PUBLICITARIOS
 - FACTORES QUE MEJORAN EL ÉXITO DE LOS BANNERS
 - DATOS DE INVERSIÓN Y EFICACIA PUBLICITARIA
 - TENDENCIAS DE LA PUBLICIDAD ON LINE