

Unavia Formación S.L.
www.unaviaformacion.es
direccion@unaviaformacion.es
968208630



FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Sector: COMERCIO

CONVOCATORIA ABIERTA. Si está interesado en este curso, por favor, consulte las fechas.

Modalidad: ONLINE

Duración: 50.00 horas

Objetivos:

? Diferenciar los distintos tipos de marketing en internet, tales como el marketing OnetoOne, de permiso, de atracción, de retención y de recomendación.? Identificar y analizar al usuario para poder adaptar el producto o el servicio. ? Conocer las estrategias CRM y las ventajas del marketing digital. ? Conocer las estrategias de marketing digital y los distintos tipos de comercio electrónico, así como reconocer las herramientas estratégicas que pueden emplearse.? Identificar las estrategias de posicionamiento SEO y SEM y conocer sus diferencias. ? Conocer las principales redes sociales y estrategias de marketing que se pueden llevar a cabo.? Analizar las características de las campañas de comunicación y publicidad online para poder adaptarse de forma eficaz a los posibles compradores.

Contenidos:

UD1.Introducción al marketing digital en la empresa1. Conceptualización del Marketing Digital1.1 Características del marketing digital2. Formas de Marketing en Internet2.1 Marketing OnetoOne2.2 Marketing de permiso2.3 Marketing de atracción2.4 Marketing de retención2.5 Marketing de recomendación3. El usuario digital3.1 Comportamiento del usuario en Internet3.2 Prototipo de comprador 3.3 Hay que pensar como un editor 3.4 Crowdsourcing4. El contenido4.1 Técnicas para generar contenido4.2 Storytelling4.3 Marketing viral5. Estrategias de CRM5.1 Introducción y definición de estrategias de CRM5.2 Tipos de CRM5.3 Componentes a considerar en una estrategia de CRM5.4 Beneficios de la estrategia CRM5.5 Implantación de CRM5.5.1 Factores clave de la implantación de CRM5.5.2 Como asegurar el éxito en la implantación de CRM5.5.3 Criterios de valoración6. Ventajas del marketing digital para las empresas6.1 Marketing tradicionalvs. Marketing digital6.2 Transformación digital de la empresa6.3 Objetivos del marketing Digital6.4 Principales estrategias de Marketing Digital6.5 Planificación EstratégicaUD2.Análisis y herramientas estratégicas del marketing digital1. Identificación del público objetivo1.1 Segmentación1.2 Requisitos de la segmentación1.3 Criterios de segmentación1.4 Métodos de segmentación1.5 Tipos de estrategias 1.6 Segmentación a través de la comunicación2. Programas de afiliación2.1 Éxito de la afiliación3. Posicionamiento3.1 SEO3.2 SEO Vs SEM3.3 Optimización del sitio web3.3.1 Elección de keywords3.3.2 Lista de términos de marketing por encuesta3.3.3 Lista de términos populares3.3.4 Otras herramientas3.4 SEM 3.4.1 La publicidad en buscadores3.4.2 Anuncios de búsqueda3.4.3 Tipos de anuncios de búsquedas3.4.4 Anuncios de texto3.5 Google Adwords3.5.1 Cómo funciona Google Adwords3.5.2 Ventajas de Google Adwords3.5.3 Posición de los anuncios4. Métricas y analítica web 4.1 Medición de las visitas4.2 Google Analytics5. E-Commerce5.1 Tipos de comercio electrónico5.2 Ventajas del comercio electrónico5.3 Modelos de negocio del e-commerce5.4 E-procurement5.5 Gestión logística del modelo de e-commerceUD3.Marketing y comunicación online1. Marketing en redes sociales1.1

Facebook1.2 Instagram1.3 Twitter1.4 Youtube1.5 Elegir el medio social adecuado1.6 Sacar el máximo partido a las redes sociales1.7 La figura del Community Manager1.7.1 Habilidades, aptitudes y actitudes del community manager1.7.2 Funciones y objetivos del community manager2. Campañas de comunicación online 2.1 Características de la campaña de comunicación2.2 Efectos de una campaña de comunicación en la red2.3 El briefing publicitario2.4 Promoción en internet2.4.1 Motores de búsqueda2.4.2 Intercambio de enlaces2.4.3 Estrategias virales2.4.4 Relaciones Públicas2.4.5 Medios tradicionales2.4.6 Publicidad a través de e-mail2.4.7 Asociaciones2.4.8 Publicidad pagada2.5 La comunicación 360°2.6 La regla de las 4 F2.6.1 Flujo de información2.6.2 Funcionalidad2.6.3 Feedback2.6.4 Fidelización2.7 Reacción y adaptación3. La Publicidad on-line 3.1 Concepto de publicidad on-line3.2 Formas de publicidad on-line3.3 Formas publicitarias on-line no convencionales 3.4 Tarifas de publicidad on-line3.4.1 Precios de los medios publicitarios3.4.2 Banners3.5 Eficacia publicitaria3.5.1. Medición de la eficacia publicitaria en internet3.6 Tendencias de publicidad on-line3.6.1 El futuro de la publicidad on-line