

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de e-marketing.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMUNICACIÓN DIGITAL Y MEDIOS DIGITALES Características de la comunicación digital Medios digitales UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES CANALES DIGITALES PARA PROMOVER LA VENTA ONLINE Publicidad on-line en pantalla Video Marketing móvil Responsive Websites E-mail Marketing Marketing de redes sociales Marketing de afiliación UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE E-MARKETING. Herramientas de publicidad online 3 Herramientas de distribución en línea Herramientas de proceso de pagos en línea Herramientas de servicio al cliente en línea Creación de contenidos Herramientas para la publicidad en las redes sociales Herramientas de correo electrónico Marketing de motores de búsqueda (SEM) como Google Adwords Herramientas de optimización de motores de búsqueda (SEO) UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASIGNACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE RECURSOS DISPONIBLES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE E-MARKETING. Concepto del presupuesto de márketing Etapas de elaboración del presupuesto Construcción del presupuesto Características del presupuesto Planificación presupuestaria: la ratio de conversión Programa de trabajo y estrategias de análisis

