

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de e-marketing. - Identificar la comunicación digital y los medios digitales. - Identificar los principales canales digitales para vender online. - Integrar las herramientas necesarias en una campaña de marketing digital para mejorar los resultados. - Crear un presupuesto de marketing digital para asignar y organizar mejor los recursos.

CONTENIDOS

Comunicación digital y medios digitales Características de la comunicación digital Medios digitales Principales canales digitales para promover la venta online Publicidad online en pantalla Vídeo Marketing móvil Responsive websites E-mail marketing Marketing de redes sociales Marketing de afiliación Herramientas para mejorar los resultados de las acciones de e-marketing Herramientas de publicidad online Herramientas de distribución en línea Herramientas de proceso de pago 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 Ads Herramientas de optimización de motores de búsqueda (SEO) Asignación y organización de recursos disponibles para la implementación de las actividades de e-marketing Concepto del presupuesto de marketing Etapas de elaboración del presupuesto Construcción del presupuesto Características del presupuesto Planificación presupuestaria: la ratio de conversión Programa de trabajo y estrategias de análisis

