



PLAN DE FORMACIÓN DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A TRABAJADORES OCUPADOS



PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: CÓMO ELABORAR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

- 1. Familia Profesional:** COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional: MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
- 2. Denominación:** CÓMO ELABORAR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL
- 3. Duración:** 50 Horas.



4. Objetivo General:

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



CONTENIDOS FORMATIVOS:

7.

- COMUNICACIÓN DIGITAL Y MEDIOS DIGITALES
 - Características de la comunicación digital
- 1.2 Medios digitales
 - PRINCIPALES CANALES DIGITALES PARA PROMOVER LA VENTA ONLINE
- 2.1 Publicidad on-line en pantalla
- 2.2 Video
- 2.3 Marketing móvil
- 2.4 Responsive Websites
- 2.5 E-mail Marketing
- 2.6 Marketing de redes sociales
- 2.7 Marketing de afiliación
- HERRAMIENTAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DEEMARKETING.
 - 3.1 Herramientas de publicidad online.
 - 3.2 Herramientas de distribución en línea
 - 3.3 Herramientas de proceso de pagos en línea
 - 3.4 Herramientas de servicio al cliente en línea
 - 3.5 Creación de contenidos
 - 3.6 Herramientas para la publicidad en las redes sociales
 - 3.7 Herramientas de correo electrónico
 - 3.8 Marketing de motores de búsqueda (SEM) como Google Adwords
 - 3.9 Herramientas de optimización de motores de búsqueda (SEO)
- ASIGNACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE RECURSOS DISPONIBLES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DELAS ACTIVIDADES DE E-MARKETING.
 - 4.1 Concepto del presupuesto de márketing
 - 4.2 Etapas de elaboración del presupuesto
 - 4.3 Construcción del presupuesto
 - 4.4 Características del presupuesto
 - 4.5 Planificación presupuestaria: la ratio de conversión
 - 4.6 Programa de trabajo y estrategias de análisis