

ADGD354PO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA TELEFORMACIÓN (ONLINE)



250,00 € - 350,00 €

Este CURSO ADGD354PO-Transformación digital en las empresas de la comunicación publicitaria teleformación le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Administración y gestión. Con este CURSO ADGD354PO-Transformación digital en las empresas de la comunicación publicitaria teleformación el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y recibirá una formación digital básica proporcionando una visión amplia y completa del cambio experimentado en los servicios publicitarios a consecuencia de la integración de las competencias digitales en las empresas de comunicación publicitaria; tanto desde el punto de vista de los servicios ofrecidos como de la organización interna de las agencias para proporcionar esos nuevos servicios.

Categorías: [Administración y Gestión](#), [Administración y Oficinas](#), [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Cursos online](#) |

Duración	100 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIA Y ECOSISTEMA DIGITAL

1. Evolución del sector publicitario en el S. XXI.
2. Entender el nuevo ecosistema digital de la comunicación.
3. El ecosistema digital de la comunicación publicitaria.
4. Desarrollar adecuadamente un plan digital estratégico alineado con la estrategia corporativa.
5. El plan estratégico digital como parte de la estrategia corporativa de la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. La necesidad del Plan de marketing digital.
2. Estructura del plan de marketing digital.
3. Objetivos.
4. Estrategia y Plan de Acción.
5. Planificación de Recursos.
6. Óptico plan.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TECNOLOGÍA DE INTERNET.

1. Conceptos tecnológicos que conforman Internet para el desarrollo de una estrategia innovadora.
2. Planificación de los recursos técnicos para la optimización de nuestro presupuesto.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. IDENTIDAD Y REPUTACIÓN DIGITAL

1. EL diagnóstico de identidad actual. Donde estoy? Cual es mi identidad actual?
2. Herramientas para diagnosticar mi situación actual.
3. Estrategia de reputación digital.
4. Definir Objetivos - ¿Dónde quiero estar? ¿Qué imagen deseo proyectar?
5. Definir una estrategia.
6. Desarrollar un Plan de acción - Herramientas, calendario y recursos
7. Definir un plan de seguimiento, y KPIS - He alcanzado mis objetivos?

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES: SEO, SEM. SEO REPUTACIONAL.

1. La importancia de un correcto posicionamiento en Buscadores.
2. Estrategias para un buen posicionamiento en buscadores.
3. Principales herramientas de SEO/SEM.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SERVICIOS DIGITALES: MOBILE.

1. Las posibilidades del móvil como herramienta comercial.
2. Modalidades de comunicación mobile.
3. Ejemplos y casos prácticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SERVICIOS DIGITALES: SOCIAL MEDIA

1. La importancia de una correcta gestión de las redes sociales
2. El equipo de social media
3. Protocolo de actuación en situaciones de crisis
4. El plan de Social Media Corporativo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SERVICIOS DIGITALES: CREACIÓN DE CONTENIDOS DE MARCA (BRANDED CONTENT)

1. Formatos de branded content.
2. Producción de branded content.
3. Objetivo.
4. Definición de contenidos.
5. Producción del contenido.
6. Distribución del contenido.

7. Análisis de resultados y reacción a la respuesta generada.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ENTORNO JURÍDICO DIGITAL

1. Normativa publicitaria: Ley General de Publicidad y similares
2. Leyes de protección intelectual
3. Leyes de Protección de datos.
4. Otra normativa: leyes de competencia, consumo, etc.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD.

1. Identificación de los cambios tecnológicos que afectan a la agencia y atacar los puntos más vulnerable.
2. Adaptación organizativa y estructural de la agencias de publicidad a los nuevos servicios.
3. Activar un nuevo liderazgo transversal que ayude a la organización a pivotar de una forma más ágil para afrontar los cambios.

