

COMM19PO CÓMO ELABORAR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL



180,00 € - 250,00 €

Este CURSO COMM19PO CÓMO ELABORAR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMM19PO CÓMO ELABORAR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de e-marketing.

Categorías: [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Comercio y Marketing](#) |

INFORMACIÓN

Duración

[50 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. COMUNICACIÓN DIGITAL Y MEDIOS DIGITALES

1. Características de la comunicación digital
2. Medios digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES CANALES DIGITALES PARA PROMOVER LA VENTA ONLINE

1. Publicidad on-line en pantalla
2. Video
3. Marketing móvil
4. Responsive Websites
5. E-mail Marketing
6. Marketing de redes sociales
7. Marketing de afiliación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE EMARKETING.

1. Herramientas de publicidad online 3
2. Herramientas de distribución en línea
3. Herramientas de proceso de pagos en línea
4. Herramientas de servicio al cliente en línea
5. Creación de contenidos

6. Herramientas para la publicidad en las redes sociales
7. Herramientas de correo electrónico
8. Marketing de motores de búsqueda (SEM) como Google Adwords
9. 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.

1. Concepto del presupuesto de márketing
2. Etapas de elaboración del presupuesto
3. Construcción del presupuesto
4. Características del presupuesto
5. Planificación presupuestaria: la ratio de conversión
6. Programa de trabajo y estrategias de análisis

