

COMM120PO SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL



180,00 € - 250,00 €

Este CURSO COMM120PO SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMM120PO SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y adquirir los conocimientos necesarios para realizar el seguimiento y evaluación del plan de e-marketing.

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

INFORMACIÓN

Duración	25 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. DIFERENCIAS ENTRE LAS ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE EMARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO DEL PLAN DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN: MÉTODOS Y HERRAMIENTAS DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INDICADORES DE EJECUCIÓN E INDICADORES DE RESULTADO (KPI'S) PARA EVALUAR LA EFECTIVIDAD DE LAS ACCIONES DE MARKETING EN RELACIÓN A LOS SIGUIENTES CRITERIOS

1. Ventas.
2. Cuota de Mercado
3. Retención e incremento de clientes
4. Posicionamiento
5. Imagen de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

1. Técnicas cualitativas y cuantitativas
2. Análisis económico. Ejemplo: el análisis coste-beneficio
3. Análisis coste-efectividad
4. Análisis por posicionamiento - SEO
5. Análisis estadístico. Ejemplo: Google Analytics
6. Herramientas de análisis web

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORMAR SOBRE LOS RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO PERIÓDICO DEL PLAN DE E-MARKETING

1. Desviaciones detectadas.
2. Propuestas para la mejora continua.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INFORMAR SOBRE LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE E-MARKETING

1. Acciones con resultados positivos y negativos
2. Recomendaciones para futuras acciones

