



ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE A PARTIR DE LA ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA

Sku: 2536EC

Horas: 10

OBJETIVOS

Acercar al alumno a las principales nociones sobre el social media marketing plan, así como a su repercusión y relación con el plan de marketing general de la empresa. Acercar al alumno a los conceptos que debe dominar para lograr el éxito de su empresa en el “Social Media”. Aprenderá las habilidades y aptitudes que son necesarias, cómo abordar un proyecto Social Media, y cuáles son las herramientas de trabajo indispensables, empezando por la organización del elemento clave que es el plan de marketing.

CONTENIDOS

1. Estrategia empresarial y entorno de actuación. Análisis del entorno de actuación. Boston Consulting Group (BGC) o matriz de “crecimiento – cuota de mercado relativa”. Matriz atracción-competitividad (Hussey, 1978; Abell y Hammond, 1979). Orientación de productos llevada a casos prácticos. 2. Estrategias para abordar en marketing. Etapas señaladas en el proceso de planificación estratégica. Estrategia en marketing