



COMM111PO. Programa avanzando en marketing y estrategia digital.

Sku: PS00045

Horas: 90

OBJETIVOS

- Definir los objetivos y estrategias para entender y sacar el máximo rendimiento al entorno digital, teniendo en cuenta la actual situación de cambios profundos. - Definir el plan de marketing tradicional y su evolución al plan de marketing digital. -Conocer y aprender a crear una campaña de Inbound Marketing. -Comprender y utilizar las herramientas necesarias para analizar mercados y modelos de negocio tanto en los esquemas tradicionales de negocio como en los nuevos mercados digitales. -Adquirir las habilidades necesarias para desarrollar la estrategia de clientes en los nuevos entornos digitales. -Comprender la importancia de la buena gestión de Recursos Humanos en la empresa digital. - Diseñar estrategias para transformar personas en la empresa digital.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. INBOUND MARKETING 1.1. Inbound Marketing Vs Marketing de contenidos 1.2. Etapas de Inbound 1.3. Marketing de permiso 1.4. Email Marketing 1.5. A/B testing
UNIDAD 2. PLAN DE MARKETING DIGITAL 2.1. Plan de marketing 2.2. ¿Qué es el marketing digital? 2.3. Estrategias para marketing digital
UNIDAD 3. ESTRATEGIA DE MARCA 3.1. ¿Qué es una marca? 3.2. Branding 3.3. Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio 3.4. Técnicas de branding e identidad corporativa 3.5. Branding en la red: uso de Internet y redes sociales 3.6. Tendencias 3.7. La importancia de la reputación online 3.8. Situación de partida 3.9. Creación de la reputación online 3.10. Plan de gestión de crisis 3.11. Análisis de la reputación online 3.12. Conclusión 3.13. ¿Por qué es importante la monitorización? 3.14. Consejos para realizar escucha activa 3.15. Ventajas de la escucha activa 3.16. Herramientas de monitorización