



COMM120PO. Seguimiento y evaluación del plan de marketing digital.

Sku: PS00047

Horas: 25

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos necesarios para realizar el seguimiento y evaluación del plan de e-marketing.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. Diferencias entre las actividades de seguimiento y evaluación del plan de marketing **UNIDAD 2. Objetivos de las actividades de seguimiento y evaluación**
UNIDAD 3. Diseño del plan de seguimiento y evaluación: métodos y herramientas digitales **UNIDAD 4. Indicadores de ejecución e indicadores de resultado (KPIs) para evaluar la efectividad de las acciones de marketing en relación a los siguientes criterios:** 4.1. Ventas. 4.2. Cuota de Mercado 4.3. Retención e incremento de clientes 4.4. Posicionamiento 4.5. Imagen de marca **UNIDAD 5. Técnicas y herramientas para el análisis de datos** 5.1. Técnicas cualitativas y cuantitativas 5.2. Análisis económico. Ejemplo: el análisis coste-beneficio 5.3. Análisis coste-efectividad 5.4. Análisis por posicionamiento – SEO 5.5. Análisis estadístico. Ejemplo: Google Analytics 5.6. Herramientas de análisis web **UNIDAD 6. Informar sobre los resultados del seguimiento periódico del plan de marketing** 6.1. Desviaciones detectadas. 6.2. Propuestas para la mejora continua. **UNIDAD 7. Informar sobre los resultados de la evaluación del plan de e-marketing** 7.1. Acciones con resultados positivos y negativos 7.2. Recomendaciones para futuras acciones