



COMM109PO. Product Design.

Sku: PS807

Horas: 30

OBJETIVOS

Entregar productos con altos estándares técnicos y de calidad comprendiendo el desarrollo de los procesos industriales. Aplicar las técnicas básicas de gestión online de una marca. Aplicar e integrar las Redes Sociales en la organización para potenciar la Reputación de la empresa a través de Internet y saber interactuar delante de oportunidades y riesgos reputacionales. Entender la importancia de la implantación del marketing digital en la empresa. Conocer las ventas y el marketing como fuerza impulsora de la creación de valor de las compañías. Diseñar un Plan de Marketing digital. Conocer las características y herramientas disponibles en el entorno mobile.

CONTENIDOS

1. PLAN DE MARKETING DIGITAL 1.1. Plan de marketing 1.2. ¿Qué es el marketing digital? 1.3. Estrategias para marketing digital **2. ESTRATEGIA DE MARCA** 2.1. ¿Qué es una marca? 2.2. Branding 2.3. Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio 2.4. Técnicas de branding e identidad corporativa 2.5. Branding en la red: uso de Internet y redes sociales 2.6. Tendencias 2.7. La importancia de la reputación online 2.8. Situación de partida 2.9. Creación de la reputación online 2.10. Plan de gestión de crisis 2.11. Análisis de la reputación online 2.12. Conclusión **3. ENTORNO MOBILE** 3.1. Importancia del Mobile Marketing 3.2. Estrategia Mobile Marketing 3.3. Social Mobile Marketing 3.4. Tipos de aplicaciones 3.5. Mcommerce