



Estrategias de publicidad digital.

Sku: PS1011

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Encaminar al usuario a realizar una determinada acción y despertar en el interior de los clientes un sentimiento de identificación con los valores de la marca.

CONTENIDOS

1. ESTRATEGIA DE MARCA 1.1 ¿Qué es una marca? 1.2 Branding 1.3 Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio 1.4 Técnicas de branding e identidad corporativa 1.5 Branding en la red: uso de Internet y redes sociales 1.6 Tendencias 1.7 La importancia de la reputación online 1.8 Situación de partida 1.9 Creación de la reputación online 1.10 Plan de gestión de crisis 1.11 Análisis de la reputación online 1.12 Conclusión **2. REDES SOCIALES** 2.1 Una web social 2.2 Las redes sociales 2.3 Aplicación a negocio **3. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DIGITALES**