



COMM111PO. Programa avanzado en marketing y estrategia digital

Sku: 61477IN

Horas: 90

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Definir el plan de *marketing* tradicional y su evolución al plan de *marketing* digital, aprendiendo a crear una campaña de *inbound marketing*, a utilizar las herramientas necesarias para analizar mercados y modelos de negocio, tanto en los esquemas tradicionales de negocio como en los nuevos mercados digitales, y conocer las habilidades necesarias para desarrollar la estrategia de clientes en estos nuevos entornos digitales. - Diseñar estrategias para transformar personas en la empresa digital. - Conocer la estrategia del *inbound marketing*, así como los distintos elementos y las técnicas más destacadas que intervienen en este modelo de estrategia de *marketing*. - Descubrir las estrategias y etapas que componen los planes de *marketing* tradicionales y digitales. - Analizar los diferentes elementos que intervienen en el desarrollo de la estrategia de una marca desde la marca, el *branding* y la monitorización de la reputación *online* de la misma.

CONTENIDOS

Unidad 1. Inbound marketing Inbound marketing vs marketing de contenidos Etapas de inbound Marketing de permiso E-mail marketing A/B testing **Unidad 2. Plan de marketing digital** Plan de marketing ¿Qué es el marketing digital? Estrategias para marketing digital **Unidad 3. Estrategia de marca** ¿Qué es una marca? Branding Estado de la marca: imagen, posicionamiento, reputación y territorio Técnicas de branding e identidad corporativa Branding en la red: uso de internet y redes sociales Tendencias La importancia de la reputación online Situación de partida Creación de la reputación online Plan de gestión de crisis Análisis de la reputación online Conclusión ¿Por qué es importante la monitorización? Consejos para realizar escucha activa Ventajas de la escucha activa Herramientas de monitorización