

# Cómo elaborar un plan de marketing digital

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de e-marketing.

## CONTENIDOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMUNICACIÓN DIGITAL Y MEDIOS DIGITALES

- Características de la comunicación digital
- Medios digitales

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES CANALES DIGITALES PARA PROMOVER LA VENTA ONLINE

- Publicidad on-line en pantalla
- Video
- Marketing móvil
- Responsive Websites
- E-mail Marketing
- Marketing de redes sociales
- Marketing de afiliación

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE EMARKETING.

- Herramientas de publicidad online
- Herramientas de distribución en línea
- Herramientas de proceso de pagos en línea
- Herramientas de servicio al cliente en línea
- Creación de contenidos
- Herramientas para la publicidad en las redes sociales
- Herramientas de correo electrónico
- Marketing de motores de búsqueda (SEM) como Google Adwords
- Herramientas de optimización de motores de búsqueda (SEO)

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASIGNACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE RECURSOS DISPONIBLES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE E-MARKETING.

Concepto del presupuesto de marketing  
Etapas de elaboración del presupuesto  
Construcción del presupuesto  
Características del presupuesto  
Planificación presupuestaria: la ratio de conversión  
Programa de trabajo y estrategias de análisis