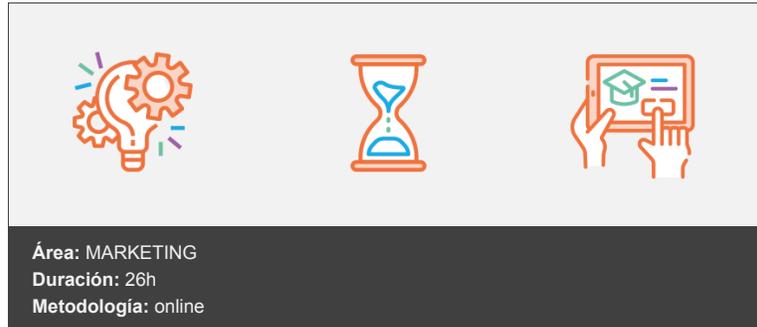


criteria

Experto en marketing digital



Objetivos

- Conocer los fundamentos básicos del marketing tradicional e identificar las herramientas y estrategias que podemos encontrar.
- Aprender a identificar el público objetivo en cada caso y conocer qué estrategias de marketing podemos emplear para llegar a ellos.
- Conocer los motivos por el que se dio la revolución digital y las consecuencias de ello.
- Distinguir los conceptos básicos del marketing digital, así como sus herramientas y procedimientos.
- Adquirir conocimiento sobre las nuevas tendencias de marketing online y de comunicación digital.
- Mejorar las capacidades comunicativas de los trabajadores que van a hacerse cargo de la comunicación de la empresa.
- Aprender cuáles son las tendencias del comercio electrónico y cómo podemos aplicarlas en cada empresa.

Contenidos y estructura del curso

Unidad 0. Introducción.

BLOQUE 1. ¿QUÉ ES EL MARKETING?

Unidad 1. Introducción al marketing

1.1 Introducción

1.2 Descripciones.

1.3 Breve historia sobre el marketing.

Unidad 2. Conceptos básicos de marketing.

2.1 El cliente y el mercado. Necesidades y deseos.

2.2 Análisis de la situación.

2.3 Marketing Mix (Las 4 P's del marketing)

2.4 Estrategias de marketing.

Unidad 3. La revolución digital.

3.1 La revolución digital.

BLOQUE 2. EL MARKETING DIGITAL

Unidad 1 ¿Qué es el marketing digital?

1.1 Conceptos básicos.

1.2 Perfil del usuario digital.

Unidad 2 Ventajas y desventajas del marketing digital.

2.1 Ventajas.

2.2 Desventajas.

Unidad 3 Nuevas tendencias de comunicación.

3.1 Comunicación 360°.

3.2 Publicidad Online.

3.3 La comunicación móvil.

3.4 Advertainment, Advergaming y Street Marketing.

3.5 La comunicación experiencial y sensorial.

Unidad 4 Herramientas para la comunicación digital.

4.1 La Web 2.0.

4.2 El correo electrónico o email marketing.

4.3 Las redes sociales.

BLOQUE 3. EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Unidad 1. ¿Qué es el comercio electrónico?

1.1 Conceptos básicos.

1.2 Características del comercio electrónico.

1.3 Ventajas del comercio electrónico.

Unidad 2. Estado actual del comercio electrónico.

2.1 Ventas de comercio electrónico en España.

2.2 Perfil de los e-compradores

2.3 ¿Cómo aumentar las opciones de compra online?

Unidad 3. Tipos de modelos de negocio electrónico.

3.1 Tipos de modelos de negocio electrónico.

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

