

Cómo elaborar un plan de marketing digital

Duración: 60 h

Objetivos

- Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de e-marketing.
- Identificar la comunicación digital y los medios digitales.
- Identificar los principales canales digitales para vender online.
- Integrar las herramientas necesarias en una campaña de marketing digital para mejorar los resultados.
- Crear un presupuesto de marketing digital para asignar y organizar mejor los recursos.

TEMARIO

Tema 1: Comunicación digital y medios digitales

Características de la comunicación digital

Medios digitales

Tema 2: Principales canales digitales para promover la venta online

Publicidad online en pantalla

Vídeo

Marketing móvil

Responsive websites

E-mail marketing

Marketing de redes sociales

Marketing de afiliación

Tema 3: Herramientas para mejorar los resultados de las acciones de e-marketing

Herramientas de publicidad online

Herramientas de distribución en línea

Herramientas de proceso de pago 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 Ads

Herramientas de optimización de motores de búsqueda (SEO)

Tema 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