

Plan de marketing en internet y en redes sociales

Duración: 60 h

Objetivos

Esta formación se centra en identificar componentes clave de un plan de marketing digital y el diseño de webs comerciales impactantes. Se analiza la comunicación digital, su evolución, beneficios y el impacto de redes sociales en la sociedad, reconociendo entornos digitales para el aprendizaje continuo y competencias profesionales. Además, se exploran herramientas actuales, trabajo colaborativo en red y la prevención de riesgos como plagio o mal uso, mediante pautas de seguridad efectiva.

TEMARIO

Unidad 1. Conceptos básicos de marketing

Introducción.

Marketing: concepto y evolución.

Elementos de mercado.

Variables del marketing.

Plan de marketing.

Resumen.

Unidad 2. Marketing en internet

Introducción.

Plan de marketing digital.

Producto.

Precio.

Distribución.

Resumen.

Unidad 3. Promoción y herramientas promocionales en internet

Introducción.

La importancia de las herramientas promocionales en internet.

Campaña de e-mail.

Banner.

Anuncios clasificados.

Programas de asociados/afiliados.

Buscadores.

Autorrespondedores.

Grupos de news.

Boletín-e.

Programas para la gestión de la relación con el cliente (CRM).

Resumen.

Unidad 4. Diseño de una web comercial efectiva

Introducción.

Factores que influyen en la eficacia de una página web.

Influencia del contenido en el diseño.

Estilo narrativo.

Tiempo de carga.

Resumen.

Unidad 5. Introducción a la comunicación digital

¿Qué es la comunicación digital?

¿El cambio de la comunicación?

Beneficios

Repercusión del uso de las redes sociales

Resumen

Unidad 6. Entornos de comunicación digital

El blog

Redes sociales

YouTube

Desarrollo del aprendizaje y competencias

Resumen

Unidad 7. Trabajo colaborativo en red

Herramientas

Demandas actuales

Nuevas formas de trabajo

Resumen

Unidad 8. Prevención de un mal uso de las redes sociales

Riesgos de las redes sociales

Seguridad y buenas prácticas

Plagio

Resumen