

## ¿A quién va dirigido?

PERSONAS TRABAJADORAS, AUTÓNOMAS, EN ERTE

## Temario

### **1. COMUNICACIÓN DIGITAL Y MEDIOS DIGITALES**

- 1.1. Características de la comunicación digital
- 1.2 Medios digitales

–

### **2. PRINCIPALES CANALES DIGITALES PARA PROMOVER LA VENTA ONLINE**

- 2.1 Publicidad on-line en pantalla
- 2.2 Video
- 2.3 Marketing móvil
- 2.4 Responsive Websites
- 2.5 E-mail Marketing
- 2.6 Marketing de redes sociales
- 2.7 Marketing de afiliación

–

### **3. HERRAMIENTAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE E-MARKETING.**

- 3.1 Herramientas de publicidad online 3
- 3.2 Herramientas de distribución en línea
- 3.3 Herramientas de proceso de pagos en línea
- 3.4 Herramientas de servicio al cliente en línea
- 3.5 Creación de contenidos
- 3.6 Herramientas para la publicidad en las redes sociales
- 3.7 Herramientas de correo electrónico
- 3.8 Marketing de motores de búsqueda (SEM) como Google Adwords
- 3.9 Herramientas de optimización de motores de búsqueda (SEO)

–

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

- 4.1 Concepto del presupuesto de márketing
- 4.2 Etapas de elaboración del presupuesto
- 4.3 Construcción del presupuesto
- 4.4 Características del presupuesto
- 4.5 Planificación presupuestaria: la ratio de conversión
- 4.6 Programa de trabajo y estrategias de análisis

## Objetivos

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