

PROGRAMA ESPECIALIZADO – 60 h.

FORMATO: Presencial/On-line

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Entender el papel del Marketing ROI como medida de la eficacia de las acciones de Marketing.
- » Estar a la última en metodologías, herramientas y procesos analíticos de medición del ROI de Marketing.
- » Construir modelos matemáticos que permitan cuantificar el efecto de las actividades de Marketing sobre las principales métricas del negocio.
- » Calcular el ROI de las acciones de Marketing desde un punto de vista práctico.
- » Medir de forma eficiente el ROI del Social Media Marketing.

PROGRAMA - FASES

- » Marketing, ¿gasto o inversión?
- » Marketing ROI con “Econometric Models”:
- » Marketing ROI con Experimental Design:
- » Social Media ROI:
- » Workshop - realidad empresarial:

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

ON LINE:

- » Aula Virtual ESIC.
- » Documentación adaptada HTML.
- » Pework + postwork.
- » Recursos audiovisuales (soporte lighthboard).
- » Foros de debate / Social Media.
- » Webinars / tutorías.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores y profesionales de las áreas de marketing, comercial, e-business, medios, investigación de mercados, marketing intelligence, CRM. Directores y profesionales de empresas de investigación de mercados, consultoría analítica. Responsables de pequeñas o medianas empresas que deseen adquirir habilidades para el análisis de la información comercial de sus negocios.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*