

PROGRAMA ESPECIALIZADO – 60 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Cómo mejorar la arquitectura y la usabilidad del WebSite.
- » Generar imagen de marca a través de Internet.
- » Crear páginas Web vendedoras.
- » Los sistemas y la información necesaria para desarrollar Marketing en Internet
- » Plan de Comunicación efectivo.
- » Principios de la publicidad y marketing en Internet.
- » Contratación de publicidad y otros métodos de promoción.
- » Medición y análisis de resultados sobre las acciones realizadas.
- » Acciones de captación y fidelización en Internet.

PROGRAMA - FASES

- » Contexto del E-marketing.
- » El target en el Contexto del E-marketing: conceptos, estrategias y metodologías.
- » Web marketing: Construcción y desarrollo de una Web de éxito.
- » Web Marketing: Comunidades virtuales.
- » Web Marketing: Generación de tráfico al Website.
- » Los canales en el e-marketing: Métodos de generación de tráfico.
- » Los canales en el e-marketing: E-mail marketing.
- » Gestión de la información y procesos.
- » Planificación y desarrollo de productos y servicios en Internet.
- » Plan de comunicación en Internet.
- » Plan de marketing relacional en Internet.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

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

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Responsable de e-Marketing. Responsables área de Internet. Responsable de Tecnologías. Responsables área de Marketing y Comunicación. Responsables de Publicidad. Jefe de proyectos, Analistas, programadores. Responsables de comercio electrónico. Responsables y profesionales de desarrollo de negocio. Profesionales de agencias y consultoras interactivas. Gerentes de PYMES.

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