

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is at the top right, and a grey shape is at the top left. A large grey shape is in the middle, and a teal shape is at the bottom right. The text is centered in the white space between these shapes.

Guía didáctica

COMM119PO. Cómo elaborar un plan de marketing digital

INTRODUCCIÓN

El Marketing siempre ha sido una parte fundamental del éxito de cualquier negocio, pero hoy más que nunca debido al auge de la red. Y es que en un mercado cada vez más amplio y competitivo, diferenciarse se vuelve casi misión imposible. La presencia online trasmite a los clientes que el negocio está activo y es dinámico.

La forma de afrontar la estrategia y de generar los contenidos deben adaptarse a las nuevas características y lenguaje propios del nuevo medio en el que se van a desarrollar.

Cuando se trata del éxito de un negocio, el marketing en Internet juega un papel clave para promocionar los productos y servicios de la empresa, y mejorar la visibilidad, el tráfico y las ventas de la marca comercial.

OBJETIVO GENERAL

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

Objetivos específicos

- Conocer las diferentes herramientas para desarrollar acciones de venta online.
- Diferenciar las diferentes estrategias que se pueden llevar a cabo para realizar acciones de marketing online.
- Aprender a elaborar presupuestos.
- Conocer diferentes herramientas para la publicidad online.

CONTENIDO FORMATIVO

COMM119PO	Cómo elaborar un plan de marketing digital	50 horas
UA1	Comunicación digital y medios digitales <ul style="list-style-type: none"> • Características de la comunicación digital • Medios digitales 	5
UA2	Principales canales digitales para promover la venta online <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad on-line en pantalla • Vídeo • Marketing móvil • Responsive Websites • E-mail Marketing • Marketing de redes sociales • Marketing de afiliación 	14
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	15
UA3	Herramientas para mejorar los resultados de las acciones de emarketing <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de publicidad online 3 • Herramientas de distribución en línea • Herramientas de proceso de pagos 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 Adwords • Herramientas de optimización de motores de búsqueda (SEO) 	15
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	16
UA4	Asignación y organización de recursos disponibles para la implementación de las actividades de e-marketing. <ul style="list-style-type: none"> • 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 	13
	Prueba final de evaluación	1