



DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING ONLINE

INTRODUCCIÓN

Desde que a inicios de los años 90 el Marketing comenzase su andadura en Internet, han pasado ya más de 20 años y este sector no ha dejado de evolucionar a medida que lo hacía Internet y las nuevas costumbres de los usuarios de la Web. Las páginas web pasaron de ser meros expositores de productos en la web a sofisticadas páginas donde el usuario-cliente puede efectuar una gran cantidad de acciones que le permiten elegir aquel producto que más se adecúe sus necesidades, así como realizar compras y pagos sin salir de la propia página web.

Además la aparición de las Redes Sociales, los blogs, la publicidad en buscadores, etc. hacen que la necesidad de especialistas y expertos en Marketing online sean cada vez más demandados por empresas y compañías que ven en Internet una oportunidad de crecimiento que millones de clientes potenciales, y una gran variedad de canales de comunicación con los mismos.

Un experto en Marketing online se encargará de la gestión de contenidos, elaboración de campañas de marketing, de las relaciones con los clientes vía web y análisis de eficacia de las campañas realizadas. Se trata por lo tanto de un sector laboral con grandes expectativas de crecimiento en el corto y el medio plazo.

Este curso de Dirección y Gestión de Marketing Online proporciona al alumno la formación para dedicarse al Marketing, al posicionamiento web, a la publicidad en online y las redes sociales, con garantías de profesionalidad y éxito laboral.

¿A QUIEN VA DIRIGIDO? / REQUISITOS

Este curso de Dirección y Gestión de Marketing Online se dirige a todas aquellas personas que deseen desarrollar su carrera profesional dentro del ámbito de la publicidad y el marketing online.

Para la realización de este curso no es necesario ningún conocimiento o requisito previo, pues el curso ha sido elaborado por profesionales y expertos docentes en la materia considerando que el alumno es totalmente nuevo en el estudio del Marketin Online.

OBJETIVOS

El objetivo de este curso es el de proporcionar una formación de calidad que permita a nuestros alumnos poder desempeñar su labor profesional en este ámbito, con garantías de éxito profesional.

Entre los conocimientos que alumno habrá adquirido con la finalización de este curso están:

- Fundamentos del Marketing online.
- Análisis de la evolución de los hábitos del consumidor en relación con las nuevas tecnologías y la interacción en la Web. Web 2.0.
- Diseño y gestión de campañas de marketing online.
- Marketing en redes sociales (Facebook, Twitter X, Google+, ...).
- Integración de la publicidad online dentro del propio plan de la empresa.
- Gestión de la comunicación y de la reputación online. Imagen de marca.
- Fundamentos del posicionamiento Web (SEO y SEM).
- Diseños de estrategias de Marketing Online.
- Email marketing. Segmentación de público y desarrollo de acciones.
- Técnicas para incrementar las visitas a la Web de la empresa.
- Mejor de los ratios de conversión. De visitantes de nuestra web a clientes.
- Técnicas de Fidelización Online.
- Re-direccionamiento de tráfico a nuestra web a través de promociones y publicidad.

- Participar en el diseño y planificación de la estructura de las páginas web de la empresa de cara a hacerlas más atractivas al usuario.

SALIDAS PROFESIONALES

Una vez superado con éxito el curso de Dirección y Gestión de Marketing Online el alumno estará capacitado para ejercer su labor profesional como Responsable del departamento de Marketing Online en grandes compañías o bien en agencias de publicidad y marketing online prestando sus servicios a pequeñas y medianas empresas.

CONTENIDO

Los materiales Didácticos que recibirás para realizar el Curso han sido desarrollados por expertos en Formación Abierta, para que desarrolles los conocimientos de los contenidos de los mismos sin necesidad de acudir a clases presenciales, a tu ritmo y desde cualquier lugar, lo que te da la ventaja de conseguir los objetivos que te plantees de acuerdo a tu capacidad y el tiempo del que dispongas.

El curso se divide en 4 módulos, con un cuestionario de autoevaluación cada uno y 1 examen por cada módulo.

Los contenidos se agrupan en los siguientes módulos profesionales:

MÓDULO 1: TECNOLOGÍAS WEB 2.0

- **Tema 1.** El Desarrollo de Internet y de la Web.
- **Tema 2.** Tecnologías Web 2.0 e Interacción Social.
- **Tema 3.** La Influencia de las Tecnologías en la Sociedad.
- **Tema 4.** Gestión de Clientes a través de Internet.
- **Tema 5.** Las acciones de Marketing y Publicidad basadas en la Web 2.0.

Examen de **Evaluación nº 1**

MÓDULO 2: GESTIÓN COMERCIAL ON LINE

- **Tema 1.** El Desarrollo de grupos y Comunidades Virtuales.
- **Tema 2.** El Desarrollo de los Medios Sociales.

- **Tema 3.** Plan Estratégico y Optimización de los Medios Sociales.
- **Tema 4.** Gestión de la Reputación en Línea de la Marca.
- **Tema 5.** Análisis de seguimiento y resultados de las campañas.

Examen de **Evaluación nº 2**

MÓDULO 3: POLÍTICAS DE MARKETING

- **Tema 1.** El marketing y la actividad económica.
- **Tema 2.** Política del producto.
- **Tema 3.** Análisis y planificación del producto.
- **Tema 4.** Estrategias de producto.
- **Tema 5.** Política de precios.
- **Tema 6.** Política de distribución.
- **Tema 7.** Costes de distribución.
- **Tema 8.** Nuevo desarrollo de la distribución.
- **Tema 9.** Políticas de comunicación.
- **Tema 10.** La publicidad.
- **Tema 11.** La promoción.
- **Tema 12.** Relaciones públicas.
- **Tema 13.** El plan de marketing.
- **Tema 14.** La estadística aplicable a un plan de marketing.
- **Tema 15.** El briefing.
- **Tema 16.** Concepto de planificación comercial.
- **Tema 17.** Organización de la estrategia comercial
- **Tema 18.** Programas informáticos específicos de marketing.

Examen de **Evaluación nº 3**

MÓDULO 4: COMERCIO Y MARKETING

- **Tema 1.** La actividad económica.
- **Tema 2.** Los mercados y el comportamiento del consumidor.
- **Tema 3.** Determinantes del comportamiento del consumidor.
- **Tema 4.** La investigación de mercados.
- **Tema 5.** Formatos existentes en las fuentes internas y externas.
- **Tema 6.** Los encuestadores.
- **Tema 7.** Conceptos aplicables a la investigación comercial.
- **Tema 8.** Estadística en la investigación de mercados.
- **Tema 9.** El sistema de información de mercados sim.

- **Tema 10.** Utilización de paquetes integrados aplicables al tratamiento estadístico de la información.
- **Tema 11.** Logística comercial.
- **Tema 12.** Gestión de la compraventa.

Examen de **Evaluación nº 4**

ACREDITACIÓN Y DIPLOMA

“Dirección y Gestión de Marketing Online”