



Introducción al marketing digital

Sienta las bases para empezar en el mundo del marketing on-line

Objetivos:

Lo digital está transformando a las empresas y se habla de ello en todas partes, creando un contexto con mucho ruido pero... ¿qué provecho deberíamos sacarle a un medio como internet? ¿Sirve para todos los clientes y/o empresas? Si estás pensando en lanzarte al marketing digital, empieza con este curso básico que te ayudará a sentar las bases y a tener una visión panorámica del mundo del marketing y a dar los pasos de una forma acertada. Todo ello acompañado de ejemplos y casos prácticos que nos ayuden a visualizar los cambios y cómo nos afecta.

Propuesta de programa (10 HORAS):

1. LAS BASES DEL MARKETING DIGITAL

- Las nuevas tecnologías y el marketing
- Marketing 1.0, 2.0 y 3.0
- Intoxicación y acceso a la información
- Definición de marketing digital
- El marketing on-line y el marketing tradicional: blended marketing
- Un nuevo enfoque: del producto al consumidor
- Outbound & Inbound marketing

2. EL MARKETING DIGITAL COMO HERRAMIENTA

- La nueva distribución de medios
- Las 4 P's y las 4 C's del marketing digital
- La matriz DAFO y estrategias
- El mix de marketing y el mk digital
- La creación del buyer persona
- El funnel en el marketing digital

3. TU WEB COMO BASE DE TU MARKETING DIGITAL

- El puzzle de herramientas del marketing on-line
- La web como base estratégica, la web 4.0

Propuesta

- Análisis de usabilidad web y rendimiento
- Las landing page y las páginas de agradecimiento
- La medición de resultados de tu web

4. INTRODUCCIÓN BÁSICA A OTRAS HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL

- El posicionamiento orgánico
- Marketing de contenidos
- Redes sociales
- El marketing de afiliación
- Plataformas publicitarias on-line

Metodología

10 horas de teoría con un enfoque práctico en que el que veremos muchos casos prácticos de ejemplo.

Destinatarios

Profesionales cuya actividad profesional esté ligada a la presencia digital de su empresa, marca, o perfil profesional, tanto desde el punto de vista de la comunicación como del marketing, y adaptados al trabajo dentro del entorno on-line. No son necesarios conocimientos de las plataformas digitales ni tampoco estar familiarizados con conceptos básicos de marketing y estrategia al ser un curso básico donde se van a introducir ambas temáticas.

Profesor

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla. Anteriormente, directora creativa en agencias españolas dedicadas al marketing on-line o al marketing below the line. Desde el 2009, directora creativa y socia fundadora de Úbica Below, agencia especialista en marketing y comunicación digital. Profesora y ponente desde hace 15 años en cursos especializados de esta materia para diferentes entidades.