

COM ELABORAR UN PLA DE MARQUETING (50) DM I DJ De 17h a 21h
Primera i última sessió 16h a 21h
PRESENCIAL

OCTUBRE						
DLL	DM	DC	DJ	DV	DS	DG
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
	5		4			
10	11	12	13	14	15	16
	4		4			
17	18	19	20	21	22	23
	4		4			
24	25	26	27	28	29	30
	4		4			
31						

NOVEMBRE						
DLL	DM	DC	DJ	DV	DS	DG
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
	4		4			
14	15	16	17	18	19	20
	4		5			
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Continguts:

1. Comunicació digital i mitjans digitals.
2. Principals canals digitals per promoure la venda online.
 - 2.1. Publicitat on-line en pantalla.
 - 2.2. Vídeo.
 - 2.3. Màrqueting mòbil
 - 2.4. Responsive Websites
 - 2.5. E-mail màrqueting
 - 2.6. Màrqueting de reus socials
 - 2.7. Màrqueting d'afiliació
3. Eines per a millorar els resultats de les accions de e-màrqueting
 - 3.1. Eines de publicitat online
 - 3.2. Eines de distribució en línia
 - 3.3. Eines per processar els pagaments online
 - 3.4. Eines de servei al client online
 - 3.5. Creació de continguts
 - 3.6. Eines per a la publicitat a les xarxes socials
 - 3.7. Màrqueting de correu electrònic
 - 3.8. Màrqueting de motors de cerca (SEM) com Google Adwords
 - 3.9. Eines d'optimització
4. Assignació i organització de recursos disponibles per a la implementació de les activitats de l'e-màrqueting
 - 4.1. Concepte del pressupost de màrqueting
 - 4.2. Etapes d'elaboració del pressupost
 - 4.3. Construcció del pressupost
 - 4.4. Planificació pressupostària: la ratio de conversió
 - 4.5. Programa de treball i estratègies d'anàlisi
 - 3.2.6. Comunitats de marca