

INTRODUCCIÓN AL MARKETING ONLINE

10 horas



Presentación

En la actualidad la importancia de gestionar adecuadamente las redes sociales en el ámbito de la empresa es incuestionable. Los medios tradicionales (radio, televisión, prensa...) atraen cada vez menos la atención del público y la publicidad unidireccional, masiva y no segmentada tiene una eficacia muy limitada.

Las posibilidades y ventajas que ofrece Internet en el campo del marketing profesional son tan importantes que hoy en día las estrategias de comunicación de las empresas de éxito las tienen presentes. Es evidente que cualquier mensaje generado en la red tiene una difusión cuantitativa y territorial enorme, ya que puede ser consultado, leído, grabado y transformado por millones de usuarios.

En el curso Introducción al marketing online, el alumno obtendrá conocimientos básicos de las redes sociales y de las herramientas para gestionar una campaña de marketing en Internet. A su finalización con éxito, los participantes habrán adquirido las competencias y habilidades en el manejo de los medios sociales que demandan las empresas, facilitando así su mejora profesional y/o facilitando su incorporación al mercado laboral.



Contenidos

Módulo 1: Marketing web 2.0

- Objetivos del marketing online
- Definición del público objetivo
- Tipos de estrategias
- Factores que determinan la estrategia de marketing a seguir
- Herramientas de marketing en Internet
- Selección de herramientas de marketing



Objetivos generales

- Crear y gestionar una campaña de marketing en Internet: establecer objetivos, determinar el público objetivo, seleccionar herramientas y métricas...

