

INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL CURSO 100% SUBVENCIONADO

Metodología

El curso será impartido en modalidad **e-learning** y a **distancia** de forma práctica y dinámica. El alumno dispondrá de servicio de tutorías, corrección de casos prácticos personalizados y resolución de consultas mediante **línea 900**.

Duración

6 semanas.

Material didáctico

Plataforma online
Manual
Casos prácticos
Guía didáctica
Bloc de notas
Carpeta

Titulación Obtenida

Diploma acreditativo tras haber completado el curso y superar la prueba de evaluación.

Inversión subvencionada

500 € por alumno.
El 100% del importe del curso se recupera a través de Bonificación en los Seguros Sociales del mes de finalización del curso.

Información e Inscripción

www.mainfor.es
formacion@mainfor.es
Telf. 952 062 923
Fax. 951 190 158

Objetivos del Programa Formativo:

En un primer módulo de marketing «genérico» se abarcarán los principios básicos del marketing, definiciones, los medios que usa y sus distintas aplicaciones.

Ya en el módulo de marketing digital conocerá las diversas posibilidades que esta modalidad de marketing ofrece a las organizaciones empresariales.

A través de los diversos temas, usted dominará los instrumentos que presenta el marketing digital y el modo y la situación adecuados para su utilización.

En el curso se expondrán los distintos elementos del marketing digital así como las diversas herramientas estratégicas utilizadas.



PROGRAMA FORMATIVO

MÓDULO 1

Introducción al Marketing

los principios básicos del marketing, la identificación de un deseo o una necesidad, en los campos de aplicación y su alcance.

La gestión del Marketing

Gestión comercial, proceso por el cual la empresa, teniendo en cuenta las nuevas y variables necesidades del mercado, se adapta a ellas reorientando su cartera de productos.

Sistemas de información e investigación

Estudio del SIM y sus subsistemas, recopilación de información valiosa para el buen funcionamiento de una campaña de marketing. También conoceremos el proceso de investigación de mercados y las distintas herramientas de las que hace uso.

El mercado

Definición de mercado y sus distintos tipos, microentorno y macroentorno.

Segmentación y posicionamiento

En esta lección aprendemos la importancia de la segmentación del mercado en la labor del marketing.

El comportamiento del consumidor

Comportamiento de los distintos tipos de consumidor frente al producto o servicio.

El producto

Conocimiento del producto, caracteres físicos, compositivos y atributos de valor.

El precio

Concepto de precio en marketing, selección de los objetivos, estimación de la demanda, estimación de costes, etc.

La distribución

Conoceremos la definición de distribución y su importancia en una buena campaña de marketing.

La publicidad

Definición de publicidad, características y las distintas formas de informar o persuadir al consumidor de las características del producto o servicio.

Las relaciones públicas

Características y aplicaciones dentro de la campaña de marketing.

MÓDULO 2

- Elementos del marketing digital

- Herramientas estratégicas

- Personalización y el marketing digital

- Campañas de comunicación online

- La publicidad online y su eficacia

Mainfor
Profesionales de la Formación

Fundación Tripartita
para la formación en la empresa



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo