

MARKETING DIGITAL

OBJETIVO. El objetivo del curso es que, al finalizar el mismo los alumnos sean capaces de diseñar e implementar el plan de marketing de una empresa, identificando las claves que le permitan mantener, fidelizar y atraer nuevos clientes, con un importante enfoque en el marketing digital, clave para el desarrollo actual de una empresa.

PROGRAMA: 80 H.

1. Introducción al marketing.
2. El mercado y el consumidor.
3. El marketing mix.
4. Elaboración del plan de marketing.
5. Marketing digital.

COMPETENCIAS:

1. Analizar las funciones y tipos de marketing en la actualidad. Identificar los elementos del marketing mix y su peso según la estrategia de cada empresa.
2. Definir los tipos de motivaciones de los consumidores y las etapas al adquirir un producto/servicio. Identificar el entorno de la empresa y comprender la importancia de la anticipación y adaptación a sus cambios.
3. Analizar la estrategia interna de marketing de una empresa. Diseñar el marketing mix de una empresa según su estrategia y objetivos.
4. Identificar acciones clave y hacer seguimiento del plan. Desarrollar un plan de actuación de medio y largo plazo.
5. Identificar diferencias clave en canales digitales. Aplicar las técnicas/herramientas principales de posicionamiento en buscadores.

REQUISITOS:

NIVEL N2. Certificado profesionalidad N2, Certificado de profesionalidad de N1 de la misma familia y área, E.S.O, Técnico auxiliar, Técnico, BUP, Prueba de acceso a la universidad + 25 o Prueba de acceso CFGM.

