



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## Curso Mobile Marketing Online

---

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

El Mobile Marketing se ha convertido en una pieza fundamental en cualquier estrategia de marketing. Los dispositivos móviles, especialmente el smartphone, se han convertido en el eje de cualquier estrategia para conectar con los posibles consumidores y desarrollar estrategias de venta online. A través de la geolocalización, las apps y la utilización de técnicas de marketing mobile, no solo lograremos atraer clientes potenciales, sino que les guiaremos por todo el funnel o embudo de conversión para que nos compren y se conviertan en prescriptores de nuestra marca. Para lograr esta situación, será necesario crear diferentes tipos de campañas bajo el enfoque mobile first. Gracias a esta orientación lograremos conectar con el consumidor mobile e incrementar las oportunidades para nuestro negocio.

### CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS DEL MOBILE MARKETING

1. Introducción y antecedentes
2. Creación de valor y fases de la movilidad
3. El móvil como herramienta publicitaria
4. Campañas Push y Pull
5. Categorías del marketing mobiles
6. Grados de interacción

7. Entornos de la movilidad

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ECOSISTEMA, TECNOLOGÍAS MÓVILES Y TENDENCIAS

1. Introducción
2. Smartphones y tabletas
3. Los SDK
4. Sistemas operativos móviles
5. Innovación móvil (inteligencia artificial, voice search, biometría)
6. Tecnología Blockchain
7. NFC
8. Beacons

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIA MOBILE

1. Diseño adaptado a dispositivos móviles: Responsive Design
2. Móvil y Marketing Mix
3. Plan estratégico mobile: Estrategia SoLoMo
4. Formatos de publicidad móvil
5. Mobile Adserver
6. Mobile Advertising
7. Integración online y mobile

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL NEGOCIO MOBILE MARKETING Y APPS

1. Internet tradicional vs Mobile
2. Micromomentos de consumo
3. Tecnología Parsing FIT
4. Aplicaciones móviles
5. Estrategia en apps
6. Contenidos orientados a apps
7. Modelos de negocios en aplicaciones
8. Promoción de aplicaciones

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. TELEVISIÓN Y MÓVILES

1. Introducción
2. Televisión y dispositivos móviles
3. Contenidos para televisión móvil
4. Técnicas y estándares de la televisión móvil

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANALÍTICA MOBILE

1. introducción al mobile analytics
2. Google Analytics Mobile
3. Mobile Analytics vs Web Analytics
4. Herramientas y seguimiento mobile
5. Claves para la medición en marketing móvil

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. GEOLOCALIZACIÓN

1. Introducción
2. Sistemas de geolocalización
3. Trabajar la geolocalización
4. Desarrollo de promociones
5. Ubicuinformación

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. USUARIO MOBILE

1. Tendencias de consumo móvil
2. Prosumer
3. La generación Touch o Táctil
4. Hiperconectividad
5. El móvil en el Customer Journey
6. Usuario multitasking o multitarea
7. Periodismo ciudadano y mobile

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. MOBILE SOCIAL MEDIA

1. Redes sociales
2. Estrategia social media orientada a móviles
3. Atención al cliente en social media
4. Publicidad social
5. Monitorización

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. M- COMMERCE

1. Introducción al comercio móvil
2. Mobile Ecommerce Payments
3. Sistemas de seguridad
4. Mobile Business: Freemium, Premium y Suscripciones
5. Mobile Shopping y Showrooming
6. ASO (App Store Optimization) y Growth Mobile



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)