



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Curso Práctico de Marketing Digital y Marketing Electrónico

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

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

OBJETIVOS

En la actualidad saber publicitar una idea, un producto o un servicio es complicado, existe una publicidad masiva que trata de demostrarnos que todos los productos o servicios son los mejores. Hacer que el cliente se decante por una u otra es cuestión de crear un anuncio en el que el cliente identifique el producto como la satisfacción de su necesidad. Para ello este ofrece la posibilidad de aprender marketing digital y redes sociales, concretamente a partir del aprendizaje de los diferentes medios de publicidad online y la eficacia de cada uno de ellos. El auge de las empresas y negocios en Internet ha provocado una gran demanda de nuevos profesionales formados en Marketing Online para garantizar su éxito, debido a que su desarrollo y aplicación son distintos al marketing tradicional. Cada vez son más las empresas que se publicitan en Internet, y hoy por hoy no existen suficientes profesionales que dominen el Marketing a través de este medio. El sector del marketing ...

CONTENIDOS

MÓDULO 1. MARKETING DIGITAL Y MARKETING ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. Introducción
2. Facebook
3. MySpace
4. Twitter
5. Promoción personal en las redes sociales
6. Cuidar la relación con tus fans
7. La red social adecuada para su marca
8. Abarcar todas las redes sociales es imposible
9. Saca el máximo partido a las redes sociales
10. Tome la iniciativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING DE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA

1. Introducción
2. Ser el primero en los resultados de Google
3. Optimizar el motor de búsqueda
4. La larga cola de las búsquedas
5. Originalidad
6. Motivar la acción a través de las páginas de destino de la Web
7. En un mercado dividido ¿Cómo es el marketing de los motores de búsqueda?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Marketing
3. El proceso de Marketing
4. El mercado y los consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

1. Herramientas de Marketing Mix
2. Herramientas de comunicación de Internet



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es