

# Fitxer d'especialitats formatives

## 2017 Programes de Formació Sectorial

### Comerç

#### Comerç i màrqueting

##### Màrqueting i Relacions públiques

**FC01COMM10703** Estratègies de Màrqueting digital

**Grup AF:** COMM107

**Grup Ampliat:** 2017

**Hores:** 50

**Nivell:** Superior

**Àrea Prioritària:** Innovació i desenvolupament tecnològic

#### Objectius:

Objectius generals:

- Aprendre conceptes fonamentals sobre màrqueting turístic i comerç electrònic.
- Identificar els requisits essencials i característiques per a la venda a internet.
- Rendibilitzar les possibilitats del web .
- Conèixer el màrqueting tradicional i la seva evolució .
- Conèixer i aplicar les possibilitats que ofereix el màrqueting digital amb idees pràctiques.

Objectius específics:

- Entendre els àmbits digitals en general
- Saber què és el Social Media màrqueting i aprendre a utilitzar-lo amb efectivitat (xarxes socials, quines i perquè).
- Aprendre a convertir leads en clients
- Aprendre a fidelitzar clients amb estratègies digitals
- Aprendre tècniques de SEO i SEM (posicionament a Internet).
- Aprendre a captar clients utilitzant màrqueting d'atracció (Inbound màrqueting)
- Entendre les mètriques digitals.

#### Continguts:

1.Introducció al màrqueting digital

1.1. Conceptes generals

1.2. Internet de les persones i Internet de les coses: evolució de l'àmbit digital des del 1995 fins avui. Què vindrà en un futur?

1.3. Concepte d'intermediació digital.

2. Màrqueting i comerç electrònic

2.1.Canals propis, canals comprats i canals guanyats.

2.2.Ser a Internet: perquè ser a Internet i de quina manera. Drupal, wordpress, magento... La importància dels continguts.

3. Estratègia de màrqueting i mitjans socials

3.1. Monitorització i estratègia de màrqueting digital: Monitoritzem la xarxa. Controlem què diuen de nosaltres i què diuen de la competència.

3.2. La importància de la Base de dades pròpia: Identificar clients, convertir els leads en clients, en dades. Després segmentem i fidelitzem

3.3. INBOUND VS OUTBOUND MARKETING

4. Estratègies de màrqueting digital

4.1. Publicitat online i estratègia publicitària: Estratègia publicitària, briefing i targets. Diferents formats publicitaris.

4.2. E-mail màrqueting: Estratègies de campanyes de correu electrònic. Errors comuns.

4.3. Màrqueting d'afiliació: Eixos bàsics d'un programa d'afiliació. Avantatges i inconvenients. Principals xarxes d'afiliats.

4.4. Mobile Marketing: accions pull i push

4.5. Social Media Marketing: Xarxes socials. Què són? Quins tipus hi ha? Segmentació i hàbits d'ús a les xarxes socials. Fases d'un pla de social media.

5. Anàlisi DAFO

6. Màrqueting viral

7. Posicionament en cercadors amb contingut 2.0

7.1. Mètriques digitals i fidelització: analítica web, Nielsen, OJD, Comscore...

#### Referència Normativa: