



CONCELLO DE BARBADÁS

CURSO DE MARKETING DIXITAL E REDES SOCIAIS

TEMA 1.- ENTORNA DE MERCADO E INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Sistemas de información, fontes de información, variables para a análise da macroentorna e microentorna do marketing, a investigación comercial e de mercados.

TEMA 2.- ENTORNA DIXITAL

Entorna Web, tipos de Web, navegación, análise, comercio electrónico, redes sociais, etc.

TEMA 3.- INTRODUCCIÓN Á PLANIFICACIÓN DE MARKETING

Concepto e contidos, estratexias e tipos de marketing, elaboración do plan de marketing, análises DAFO e estratexias de marketing, política de produto, política de prezos, política de distribución, política de comunicación.

TEMA 4.- INTRODUCCIÓN AO MARKETING DIXITAL

Definición, evolución, comparativa fronte ao marketing tradicional, características, estudos e cifras.

TEMA 5.- FUNDAMENTOS DO MARKETING DIXITAL

Finalidade, branding e conversión, técnicas e ferramentas, introducción á analítica...

TEMA 6.- MEDIOS PUBLICITARIOS DIXITAIS

Posicionamento orgánico en buscadores (SEO), marketing en buscadores (SEM), publicidade de Display e Vídeo, afiliación, email marketing e mobile marketing.





CONCELLO DE BARBADÁS

TEMA 7.- SOCIAL MEDIA MARKETING

Introdución aos Social Media, principais plataformas, optimización e medición das redes sociais, monetización, xeración de contidos, estratexias de captación de visitas e incremento de seguidores.

TEMA 8.- ESTRATEXIA DIXITAL

Análise, medición, optimización e conversión, ferramentas...

TEMA 9.- PLAN DE MARKETING DIXITAL

Obxectivos de bloque, obxectivos dixitais, investigación do mercado online, público obxectivo, estratexia dixital, programación de acción, estimación de custos e resultados.

CASOS PRÁCTICOS

O alumnado traballará continuamente sobre casos prácticos, traballando na práctica os diferentes elementos teóricos. Ao final do curso o alumno deseñará a estratexia e plan de marketing para o seu propio negocio e empresa, produto ou servizo ,institución ou organización.

