



# Implementando un plan de marketing digital

**MODALIDAD:** Teleformación

**DURACION:** 40 Horas

**FECHAS<sup>1</sup>:** 03/05/2022 – 18/05/2022

## PERFIL DEL ALUMNADO

- Profesionales con responsabilidad directiva.
- Técnicos especialistas
- Trabajadores ocupados
- Otros

## OBJETIVOS

Establecer los procedimientos y recursos necesarios para la elaboración de un plan de marketing digital que permita una implantación eficiente en las pymes.

## ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

### Unidad de aprendizaje 1: Introducción

1. Historia del marketing y cómo ha influido en el marketing digital
2. Del Marketing tradicional al marketing digital

### Unidad de aprendizaje 2: Análisis, objetivos y estrategias

1. ¿Qué es un plan de marketing?
2. Términos, glosario

### Unidad de aprendizaje 3: Análisis de la situación

1. Análisis interno
  - i. La empresa y/o marca
  - ii. Productos, servicios, precios
  - iii. Distribución y venta
  - iv. Promoción y comunicación

---

<sup>1</sup> Las fechas pueden estar sujetas a cambios por necesidad organizativa



Financiado por:



- v. Equipos y procesos
- 2. Análisis externo
  - i. Tendencia
  - ii. Mercado
  - iii. Clientes
  - iv. Competencia
  - v. Posicionamiento
- 3. DAFO
  - i. ¿Qué es el DAFO o FODA?
  - ii. Debilidades
  - iii. Fortalezas
  - iv. Oportunidades
  - v. La Matriz DAFO
  - vi. La interpretación del DAFO, la matriz CAME

#### **Unidad de aprendizaje 4: Los objetivos del plan de marketing**

- 1. ¿Cómo definir los objetivos o KPI's de marketing?
- 2. ¿Qué KPI's son los que se miden en marketing?
- 3. ¿Cómo medir los KPI's?
- 4. Herramientas de métrica

#### **Unidad de aprendizaje 5 Estrategias de marketing digital**

- 1. Web
- 2. SEO
- 3. Blogging
- 4. SEM
- 5. Redes sociales
- 6. CRM y Social CRM
- 7. Influence Marketing
- 8. Planificación y presupuesto
  - i. El funnel de ventas
  - ii. Plan de acción
  - iii. Cronograma
  - iv. Plan de comunicación y contenidos
  - v. Plan de publicidad
  - vi. Marketing automatizado
  - vii. Presupuesto de marketing
  - viii. ROI



Financiado por:



## Unidad de Aprendizaje 6: El marketing de las organizaciones

1. El departamento de marketing
2. El equipo de ventas
3. Smartketing