

GUÍA DIDÁCTICA

COMM097PO

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DIGITALES



DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y *marketing*

ÁREA PROFESIONAL

Marketing y relaciones públicas

CÓDIGO

COMM097PO

DURACIÓN

30 horas

OBJETIVO GENERAL

Establecer unos objetivos centrados en el cliente digital y en la nueva arquitectura tecnológica y de datos, transformando las estrategias empresariales.

Índice de contenidos

01

INBOUND MARKETING Y MARKETING DE CONTENIDOS

1.1 Inbound marketing vs. marketing de contenidos

1.1.1 Inbound marketing

1.1.2 Marketing de contenidos

1.1.3 Relación y comparativa de ambos

1.2 Etapas de inbound

1.2.1 Etapa de atracción

1.2.2 Etapa de conversión

1.2.3 Etapa de cierre

1.2.4 Etapa de fidelización

1.3 Marketing de permiso

1.4 Email marketing

1.4.1 Ventajas del email marketing

1.4.2 Plataformas y métricas

1.5 A / B testing

1.5.1 Procedimiento del A / B testing

1.5.2 Herramientas del A / B testing

1.6 Tipos de estrategia

1.7 Newsletter y blog

1.7.1 Newsletter

1.7.2 Blog

1.7.3 Integración de blog y newsletter

Índice de contenidos

1.8 Curación de contenidos

1.8.1 Tipos de curación de contenidos

1.8.2 Herramientas para la curación de contenidos

1.8.3 Consejos para una curación de contenidos efectiva

1.9 Storytelling

1.10 Qué es y qué aporta un blog

1.11 Mi primer blog

1.12 Diseño y plantillas

1.12.1 Elementos clave del diseño de un blog

1.12.2 Uso de plantillas en el diseño de blogs

1.12.3 Consejos para elegir y personalizar plantillas

1.13 Como destacar un blog en la web: herramientas

1.14 Tipos de estrategia

1.15 Introducción al buyer persona

1.16 Cómo crear tu buyer persona

1.17 Herramientas

1.17.1 Categorías de herramientas para inbound marketing

1.17.2 Cómo integrar las herramientas en una estrategia de inbound marketing

Índice de contenidos

02

PLAN DE MARKETING DIGITAL

2.1 Plan de marketing

2.1.1 Componentes que estructuran un plan de marketing

2.1.2 Pasos para crear un plan de marketing

2.2 ¿Qué es el marketing digital?

2.2.1 Evolución del marketing digital

2.2.2 Principales características del marketing digital

2.2.3 Ventajas del marketing digital

2.3 Estrategias para marketing digital

2.3.1 Canales y herramientas del marketing digital

