

Marketing Digital



Mixed Classroom
Based



From 05/11/2021
to 19/11/2021



25 hours



PDF
Course



Registration
information



0€



Sorry this content is only available in Spanish. Translation coming soon

PRESENTACIÓN

Nos encontramos en un entorno cada vez más dinámico y cambiante donde las empresas y sus marcas necesitan adaptarse a esta nueva realidad y saber comunicarse mejor con sus clientes y con la sociedad en general. Los planes de marketing deben incorporar esta nueva realidad e incorporar la vertiente digital en todas sus fases, desde el análisis, pasando por el diagnóstico, objetivos y estrategias y los planes de acciones, que deben incorporar las últimas tendencias en este campo, adaptándose a las nuevas necesidades que se producen e intentando anticiparse a ellas.

El entorno de marketing ha ido incorporando paulatinamente la nueva realidad digital y la consecuente transformación digital de las empresas. Desde la aplicación de las NN.TT de la información a los procesos productivos, hasta la forma en cómo nos relacionamos con nuestro entorno: clientes, proveedores, empresas competidoras administración y stakeholders entre otros se ha visto sometido a importantes cambios. También los prescriptores, influencers, creadores de contenidos o embajadores, se han convertido en una parte clave dentro de las estrategias digitales & sociales de cualquier marca, en una nueva forma de impactar a las diferentes audiencias a través de contenidos inspiracionales y experienciales. Por ejemplo, los influencers, y sus comunidades en cualquier red social actual, se conviertan en prescriptores y referentes de un producto o un servicio, un aspecto a tener en cuenta en esta nueva realidad compleja y cambiante.

Este nuevo fenómeno está gozando de un importante auge y popularidad, y debe de incorporarse a las estrategias comerciales y de comunicación y marketing de todas las empresas y sus marcas, independientemente del sector. Las empresas del sector cerámico español han ido incorporando distintos canales digitales como las redes sociales además de sus páginas web, a sus canales de venta

tradicionales. En este nuevo contexto dinámico, cambiante e hiperconectado, cada vez son más las empresas que manifiestan su necesidad de diferenciarse del resto, lo que les impulsa a poner en marcha diferentes campañas en los distintos medios offline y online.

DATOS GENERALES

Duración: 25 horas
Modalidad: presencial. **PLAZAS STREAMING COMPLETAS**
Fechas: 5, 6, 12, 13 y 19 de noviembre de 2021

Horario: viernes de 16:00 - 21:00 h y sábados de 9:00 a 14:00h
Teléfono de contacto: 964 38 72 09/12

CON LA COLABORACIÓN DE:



La Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER) y la Fundación Universitat Jaume I - Empresa de la Comunitat Valenciana (FUE) presentan un plan de formación dirigido a las personas que quieran mejorar sus aptitudes y posibilidades de empleo.

Esta acción se desarrolla en el marco del convenio suscrito entre ASCER y la Conselleria de Hacienda y Modelo Económico de la Generalitat Valenciana.

El principal objetivo de estas formaciones es desarrollar las habilidades de los recursos humanos en las empresas

Inscripción GRATUITA - Plazas limitadas

OBJETIVOS

Por lo tanto, consideramos importante y necesario impartir este curso para poder aportar conocimiento que ayude entender y valorar las ventajas del marketing digital para las estrategias de comunicación y ventas de las empresas y sus marcas. Identificar las claves de éxito de una campaña, determinar cómo se deben llevar a la práctica e identificar y alcanzar los KPIs de estas acciones alineados con los objetivos de las empresas y analizar su rentabilidad a medio/largo plazo.

Con el Curso de Marketing Digital, aprenderá a elaborar planes de marketing con la inclusión de la vertiente digital, desde la fase de análisis hasta la de medición de resultados, pasando por el diagnostico, la definición del público objetivo y los perfiles de Buyer Persona con su Journey Consumer Map, el establecimiento de objetivos, estrategias y los planes de acción con las distintas herramientas existentes en el mercado, desde las digitales a las tradicionales, buscando la máxima eficacia y el coste más ajustado a dichos objetivos. Todo ello para mejorar los resultados generales de las empresas, tanto en ventas como en imagen.



PROGRAMA

MÓDULO 1

Introducción al marketing digital

1. Introducción
2. El marketing digital tras la época de pandemia
3. Digital & social en el sector cerámico
4. Ecommerce
5. SEM y SEO
6. Analítica web ORM & Social listening
7. La importancia de las RRSS: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube Social Ads

MÓDULO 2

Diseño y Planificación en una Estrategia de Social Media

1. Recursos y estructura para la puesta en marcha de un proyecto digital
2. Plan de Marketing Social Media
3. Claves de una buena estrategia digital en social media
4. Definición de tipos de proyecto en función de objetivos de empresa y negocio
5. Metodología de planificación
6. Generación de un mapa estratégico de objetivos
7. Establecimiento de objetivos, KPIs y medición
8. Procesos de trabajo: monitorización, planificación de contenidos y logística, reporting.
9. Partidas del presupuesto

MÓDULO 3

Marketing de influencia & tendencias

1. Estrategias: marketing de influencia
2. Nuevo panorama publicitario
3. ¡Mamá! ¡Quiero ser influencer!
4. Concepto y posicionamiento de campañas
5. Amplificando las campañas de marketing de influencia: productos Snapchat, el pionero en los formatos ganadores Millennial copiados por otras plataformas
6. La realidad virtual, el auge del móvil
7. Pinterest y papel en la conducción de tráfico y comercio electrónico
8. Nuevos medios
9. El mundo de los videos en Tik Tok
10. La publicidad en Snapchat y Pinterest (opciones de segmentación, formatos...)
11. Best practices y ejemplos de campañas

METODOLOGÍA

Las clases serán mixtas, donde se combinarán las sesiones presenciales con sesiones en streaming , en la que el profesor expondrá los conceptos claves de cada tema desde una perspectiva práctica y centrada en la problemática concreta del sector cerámico y de los asociados de ASCER. En estas sesiones tendrá una participación activa el alumnado donde expondrá en todo momento su punto de vista sobre cada uno de los temas tratados. En suma, las clases serán no sólo con una finalidad didáctica, sino también de asesoramiento para poder mejorar los procesos de gestión de comercial y ventas, análisis del comportamiento del consumidor.

Durante el curso se llevarán a cabo **talleres prácticos** diseñados **ad hoc** para las empresas asociadas a ASCER en función de las necesidades reales detectadas (Elaboración de perfiles de clientes, del JCM, de los contenidos del Plan de Marketing digital, estrategias SEO y SEM...). Serán actividades prácticas útiles para la actividad profesional y se intentarán adaptar a las necesidades del alumno/a y sus empresas.

PROFESORADO

Selección de claustro de profesores en activo, con experiencia como profesores en escuelas de negocio y universidades, y preparados para impartir clases basadas en casos reales, prácticas y con ejercicios que potencien el trabajo en equipo en clase. Todos ellos tienen experiencia en las diferentes áreas de conocimiento que se impartirán con diferentes marcas a nivel nacional e internacional.

David Huélamo

Director de operaciones en Brandmanic.Licenciado en Documentación y con inicios profesionales en Andersen, Deloitte, HP o Altran. Cuenta con 15 años de experiencia desarrollando las áreas digitales & sociales de Havas, Grow o Noho o creando la agencia de MKT Digital & Social de Mi Querido Watson: Moriarty.

Arturo Martín Porras

European CM en Realme. Techie creativo y apasionado y comunicador geek (dentro y fuera). Copywriter y Estratega Digital. Experiencia en comunicación 2.0, creación de conceptos, estrategia y publicidad digital.

Edita Bote

Account Manager en Brandmanic. Experiencia con más de 6 años, en ejecución y realización de seguimiento de campañas de influencer marketing, con las principales marcas nacionales e internacionales. Experta en identificación de necesidades de los clientes, en base a propuestas relacionadas con embajadores, KOCs & KOLs

INFORMACIÓN DE LA MATRÍCULA

IMPORTE DE LA MATRÍCULA

0€ GRATIS

*SE MATRICULARÁ POR ORDEN DE INSCRIPCIÓN. En caso de que exista concurrencia, el director marcará la prioridad según la mayor adecuación del perfil del candidato al curso.

DOCUMENTACIÓN NECESARIA

- Fotocopia del DNI (alumnos extranjeros, NIE o pasaporte)

ES NECESARIO COMPLETAR EL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN ANTES DE ENVIAR LA DOCUMENTACIÓN

- ¿Cómo y dónde tiene que entregar la documentación?

- Personalmente en la FUE-UJI de Castellón (Universitat Jaume I)
- Vía correo electrónico a formacion@fue.uji.es
- Vía fax al 964 387010

Más información
Fundación Universitat Jaume I-Empresa
Dpto. de Formación
Teléfonos: 964 387 222 / 09 /12
Fax. 964 387 010
Emails: formacion@fue.uji.es – smembri@fue.uji.es - andrea@fue.uji.es

FUE-UJI Trustees
companies and entities





Contact with us
we help you find what you need



Silvia Membrilla

Phone: 964 38 72 09
formacion@fue.uji.es



Andrea Navarro

Phone: 964 38 72 12
formacion@fue.uji.es



Reyes Riera

Phone: 964 38 72 10
formacion@fue.uji.es



+34 964 38 72 22



Fundación Universitat Jaume I - Empresa, Campus Riu
Sec.
Edif. Escuela de Doctorado y Consejo Social, s/n
12071 Castellón de la Plana, España



Access

- [Home](#)
- [La Fundación](#)
- [R & D & I](#)
- [Training](#)
- [Conferences](#)
- [Work Placements](#)
- [Graduate Scholarships](#)
- [EuroFUE-UJI](#)

Most visited

- [FUE-UJI Courses](#)
- [Extracurricular internship](#)
- [vacancies](#)
- [Scholarships for graduates](#)
- [vacancies](#)
- [European and International Projects EuroFUE-UJI](#)
- [Upcoming Conferences, Seminars and Congresses](#)

Other foundation Websites

- [elfue.com](#)
- [EuroFUE-UJI](#)
- [InnovaUJI](#)

[Legal Notice](#)

[Transparency Portal](#)