

Plan de estudios

Diploma Superior Universitario en Marketing digital y e-commerce

1. Introducción a los entornos digitales

Conoceremos los cambios en el escenario creado por la revolución digital y sus efectos; trabajaremos las bases del Marketing Digital y las diferentes herramientas que pone a nuestro alcance según los objetivos de nuestras estrategias online. Así como aprenderemos las herramientas de analítica web y las métricas más importantes relacionadas con los objetivos digitales.

01. La revolución digital

02. Fundamentos de la estrategia digital

03. Herramientas digitales. Introducción

04. Métricas y objetivos del marketing digital

05. Analítica web. Introducción

2. Herramientas de marketing digital

Dominar las principales herramientas de marketing y comunicación digital y saberlas aplicar e implantar en función de los objetivos del negocio. Dominar los soportes Social Media y el funcionamiento de cada uno de ellos, además de las técnicas para la creación de comunidades online y de engagement con los usuarios. Entender la importancia de la filosofía del CRM y saber trasladarla al entorno digital a través de herramientas concretas.

06. Introducción al Marketing de buscadores y al estudio de mercados

07. SEO

08. Conversión a venta: engagement y deseo de venta

09. Marketing relacional y Social CRM

10. Email marketing

11. Mobile marketing

12. Marketing automation

3. Plan de Marketing digital: Social media y Community management

Conocer los pasos para el diseño de un plan de marketing digital y su integración por líneas y objetivos con el plan de marketing general. Confeccionar planes de comunicación y Social Media dentro del plan de marketing digital.

13. Social media y Community management

14. Reporting y optimización de la actividad en Social Media

15. Reputación online y gestión de crisis

16. Advocacy e Influencer marketing

17. Gestión de marcas

18. Plan de Marketing Digital

4. E-commerce

Saber optimizar la estructura de un site orientado a la venta online y offline para contribuir al aumento del volumen de negocio y a la relación con el cliente. Dominar las características y las posibilidades de los medios de pago electrónicos y los aspectos legales que regulan el sector del comercio electrónico.

Saber diseñar un plan de fidelización y retención de clientes con un eje central: el e-commerce

Adquirir las bases para organizar y gestionar los aspectos operacionales de las ventas online.

19. Introducción al e-commerce

20. La tienda electrónica (e-tienda)

21. Atención al cliente en un e-commerce

22. Medios de pago en el comercio electrónico

23. Aspectos legales en el comercio electrónico

24. Logística y distribución

25. Fidelización offline y fidelización online en e-commerce

MÓDULO COMPLEMENTARIO (NO EVALUABLE)

Herramientas de desarrollo profesional

En este módulo se tratan temas para el desarrollo personal y profesional.

• Gestión del tiempo y dirección de reuniones

• Comunicación efectiva

• Gestión de conflictos, negociación y cambios

• Trabajo en equipo, motivación y liderazgo

• Introducción al coaching y PNL