

Fitxer d'especialitats formatives

2017 Programes de Formació Transversal

Altres accions formatives de caràcter transversal

Administració i gestió

Administració i auditoria

Referència Normativa:

FC01COMM10030 Anàlítica Web i pla de màrqueting digital

Grup AF: COMM100

Grup Ampliat: 2016

Hores: 30

Nivell: Superior

Àrea Prioritària: Innovació i desenvolupament tecnològic

Objectius:

Objectius generals:

- Aprendre a mesurar resultats de Màrqueting Digital: accions en xarxes socials, SEO, SEM, email Màrqueting
- Aprendre a fixar i aconseguir objectius SMART en Màrqueting Digital
- Entendre el valor de les KPI i la seva aplicació en projectes Digitals

Objectius específics:

- Entendre la importància de les mètriques per a l'èxit en entorns digitals
- Entendre com funciona un projecte Web i a treure-li partit
- Fixar els objectius d'un projecte Online i portar un seguiment dels mateixos
- Gestionar el nostre blog, web, anuncis i xarxes socials de manera més eficient
- Aprendre a analitzar i buscar casos d'èxit Online, analitzar altres projectes Online i el seu posterior impacte.
- Aprendre a crear i aplicar un Pla de Màrqueting Digital mitjançant tècniques d'Anàlítica Web

Continguts:

Fixar els objectius d'un projecte Online: Acquisition, engagement, conversion, loyalty

Sense anàlítica estem Cecs

El mètode Lean: Fail fast, fail cheap

El Pla de Màrqueting Digital

- Auditoria
 - Estudi de la competència
 - Anàlisi DAFO
 - Anàlisi de l'Audiència
 - Fixar Objectius: SMART goals i KPI
 - Tècniques de Màrqueting Digital a curt, mitjà i llarg termini
 - Fixar un calendari d'implementació
 - Fixar un pressupost
 - Avaluar el Pla de Màrqueting Digital
- Anàlítica Web aplicada a Xarxes Socials
Anàlítica Web aplicada a Botigues Virtuals
Anàlítica Web aplicada a projectes SEO

Referència Normativa: