CURSO PRÁCTICO DE PUBLICIDAD Y REDES SOCIALES

SKU: EVOL-1589-iNO-B | **Categorías:** INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES, Redes Sociales

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	60
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

La publicidad ha alcanzado una nueva etapa en su evolución debido a la expansión y difusión que ofrece Internet, es por ello que las normas han cambiado y, con ellas, las posibilidades de llegar al público se han incrementado considerablemente, ofreciendo un nueva perspectiva del funcionamiento de la publicidad y de su impacto en los posibles clientes. Debido a ello, surge la necesidad de actualizar la forma en la que se ha venido desarrollando la publicidad, y de profundizar en los horizontes que ofrece la nueva era de la información alrededor de la cual giran los medios digitales.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Marketing
3. El proceso de Marketing
4. El mercado y los consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1. El concepto de producto. Los atributos formales del producto: la marca, el envase y la etiqueta.
2. Las estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto.
3. El proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos.
4. El ciclo de vida del producto.
5. Los modelos de análisis de la cartera de productos.
6. Estrategias de crecimiento que pueden seguir las empresas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA PUBLICIDAD

1. Definición de Publicidad

2. Procesos de Comunicación Publicitaria
3. Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1. Concepto y clasificación
2. Medios Publicitarios
3. Internet y Publicidad
4. Animación y Marketing
5. Telemarketing
6. Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES

1. Origen de las Redes Sociales
2. Marcadores Sociales
3. Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales
4. Las redes sociales en los móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. Introducción
2. Faceboook
3. MySpace
4. Twitter
5. Promoción personal en las redes sociales
6. Cuidar la relación con tus fans
7. La red social adecuada para su marca
8. Abarcar todas las redes sociales es imposible
9. Saca el máximo partido de las redes sociales
10. Tome la iniciativa