

E-MARKETING

Descripción

El E-Marketing incorpora al marketing (estudio completo de todos aquellos factores que favorecen una situación de venta, que nos permiten conocer al consumidor y ajustar un producto a las necesidades concretas de este), la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's).

Objetivos

- Proporcionar la visión de una nueva forma de hacer marketing, considerando todas las nuevas situaciones en las que se puede encontrar debido a la revolución de la NNTT en todos los ámbitos.
- Adquirir los conocimientos teórico-práctico necesarios sobre la aplicación de las NNTT en el marketing, las formas y usos más frecuentes y conseguir un desarrollo profesional de diversas estrategias para la mejora.

Audiencia

Todo público

Prerrequisitos

No se requiere conocimientos previos

Acceso a internet

Horas: 25

Contenidos:

Unidad 1: dirección de marketing

Unidad 2: dirección comercial

Unidad 3: marketing en internet

Unidad 4: marketing directo

Unidad 5: gestión de intangibles y liderazgo de marca

Unidad 6: lanzar al mercado nuevos productos con éxito