

Catàleg d'especialitats

FAMÍLIA PROFESSIONAL

Comerç i màrqueting

ÀREA PROFESSIONAL

Màrqueting i relacions públiques

GRUPAF	HORES	CODI FAMÍLIA	CODI ÀREA	IDENTIFICADOR
COMM122	50	COM	COMM	FC01_COMM122_2018

NOM DE L'ACCIÓ

Analítica Web i pla de màrqueting digital

OBJECTIUS

Objectius generals: - Aprendre a mesurar resultats de Màrqueting Digital: accions en xarxes socials, SEO, SEM, mail 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: - Conèixer i saber aplicar les eines d'analítica web.- 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'Analítica Web.

CONTINGUTS

1. Fixar els objectius d'un projecte Online: Acquisition, engagement, conversion, loyalty 2. Sense analítica estem Cecs 3. El mètode Lean: Fail fast, fail cheap. 4. El Pla de Màrqueting Digital 4.1. Auditoria 4.2. Estudi de la competència 4.3. Anàlisi DAFO 4.4. Anàlisi de l'Audiència 4.5. Fixar Objectius: SMART goals i KPI 4.6. Tècniques de Màrqueting Digital a curt, mitjà i llarg termini 4.7. Fixar un calendari d'implementació 4.8. Fixar un pressupost 4.9. Avaluar el Pla de Màrqueting Digital 5. Analítica Web aplicada a Xarxes Socials 6. Analítica Web aplicada a Botigues Virtuals 7. Analítica Web aplicada a projectes SEO 8. Eines per a analitzar: connectar Wordpress amb Google Analytics i Webmasters, connectar Wordpress amb MailChimp / Hootsuite / Facebook Insights / Twitter Analytics / Instagram Analytics / LinkedIn