

MARKETING DIGITAL PRÁCTICO

TEMARIO

- Planificación estratégica y objetivos a lograr a partir del Digital. Clasificación de medios en digital.
- Creación de un plan digital. Métricas o indicadores.
- Estrategias para atraer visitas: posicionamiento orgánico e inorgánico, pago por clic, banners, email , publicidad offline, redes sociales, influencers.
- Estrategias para convertir visitas en clientes: optimización de la conversión, usabilidad, de contenidos.
- Estrategias para fidelizar clientes: permission, automation, conversión offline.
- Estrategias para convertir clientes en prescriptores: viral, recomendación, redes sociales. Creación de campañas y avisos (Ads) en Google, Facebook e Instagram. Herramientas de gestión y publicación programada. Medición de resultados (analítica).
- Utilización de software gratuito para la implementación de cada una de las estrategias mencionadas y diseño de avisos.

RESPONSABLE

Lic. Ariel Santaolaya - Instituto Tecnológico Universitario



Rector

Daniel Pizzi

Secretario de Extensión y Vinculaicón

Mauricio González

Contacto:

desarrolloterritorial.uncuyo@gmail.com