UNIVERSITARIO conversa®

Curso De Marketing Digital

Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Nuestro curso te prepara para liderar proyectos acordes con el entorno digital que nos rodea.

Uno de los principales atractivos de este diplomado es la integración de las **técnicas** que te permitirán crear y gestionar proyectos digitales y conseguir grandes resultados económicos.

Además, con el estido de **casos prácticos**, pondrás en marcha varios proyectos que te capacitarán para analizar las ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.

Este curso te proporcionará todos los conocimientos acerca de las herramientas más eficaces en el ámbito online como son el **Social Media, SEO, SEM, Analítica y Usabilidad Web, Social Media, CRM, Mobile Marketing y eCommerce.**

SALIDAS PROFESIONALES

- **Directores de Proyectos**
- **Directores de Marketing**
- **Directores de Comunicación**
- **Responsables de Canal Web**
- **Webmasters**
- **Gestores de Campañas de Marketing**
- **Ejecutivos de Cuentas**
- **Analistas y Consultores**
- **Diseñadores**
- **Maquetadores**
- **Product Managers**
- **Directores de tienda online**

MÓDULO 1
ESTRATEGIA EMPRESARIAL

1. Fundamentos de la estrategia
2. Objetivos estratégicos
3. El proceso estratégico
4. Formulación estratégica
5. Análisis estratégico (en la dinámica de la gestión empresarial)
6. Desarrollo de la estrategia
7. Formación e implementación de la estrategia
8. El cuadro de mando integral (CMI)
9. Estudio del caso

MÓDULO 2
CONTABILIDAD

10. Introducción a la contabilidad.
11. El método contable. El ciclo contable
12. El plan general de contabilidad
13. Gastos, compras. Ingresos, ventas. Periodificación contable
14. Clientes, deudores y administraciones públicas
15. Proveedores y acreedores. Cuentas financieras
16. Inmovilizado material e intangible
17. Amortizaciones, pérdidas de valor de activos y provisiones
18. Existencias y criterios para su valoración
19. El IVA
20. Módulo 20. Estudio del caso

MÓDULO 3
DIRECCIÓN FINANCIERA

21. Estructura económico-financiera
22. Análisis económico y financiero
23. Coste y beneficio de la empresa
24. El coste de los recursos financieros a corto plazo
25. El coste de los recursos financieros a largo plazo
26. Selección y valoración jerárquica de proyectos de inversión simple
27. Planificación financiera
28. Autofinanciación de la empresa y política de dividendos
29. Estudio del caso

MÓDULO 4
PUBLICIDAD

30. Introducción a la publicidad
31. Fundamentos de la publicidad
32. Desarrollo de campaña
33. Consumidores y psicología publicitaria
34. La nueva publicidad
35. Estudio del caso

MÓDULO 5
MARKETING

36. Marketing estratégico
37. Marketing
38. Marketing integrado de comunicación
39. Las promociones de ventas
40. Análisis cuantitativo en las decisiones comerciales
41. Precios
42. Estudio del caso

BLOQUE 6
PNL (PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA)

43. Introducción a la PNL
44. Presuposiciones de la PNL, feedback y objetivos
45. Sistemas representacionales, accesos oculares, empatía, rapport y claves sensoriales
46. Metamodelo del lenguaje, calibración, estado asociado y disociado y anclajes
47. Submodalidades, hipnosis e inteligencia emocional
48. Resolución de conflictos, metáforas, modelo POPS avanzado y las creencias
49. Estudio del caso

MÓDULO 7
COACHING

50. Coaching: bases y fundamentos
51. Tipos de coaching y coaching en las organizaciones
52. Proceso de coaching y metodologías
53. Marco teórico y otras herramientas para el coaching
54. Estudio del caso

MÓDULO 8
COMMUNITY MANAGER

55. Introducción al Community Manager
56. La web social los medios sociales
57. Redes sociales
58. Multimedia social y otras plataformas
59. Plan de social media
60. Estudio del caso

MÓDULO 9
ECOMMERCE

61. Introducción al eCommerce
62. Nuevas tecnologías y cadena de valor
63. Gestión empresarial
64. Publicidad y marketing
65. Atención al cliente, logística y sistemas de pago
66. Sistemas de seguridad y aspectos legales
67. Presente y futuro del eCommerce
68. Estudio del caso

MÓDULO 10
POSICIONAMIENTO WEB,SEM,SEO Y SOCIAL MEDIA

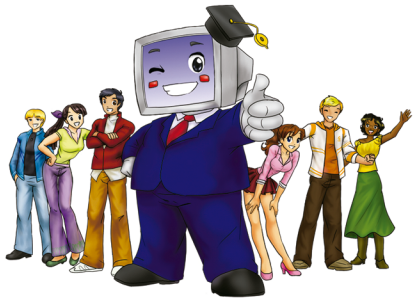
69. Fundamentos del posicionamiento web
70. Optimización y herramientas
71. SEO para móviles
72. Contenidos y marketing
73. Campaña SEO y medición
74. Estudio del caso

MÓDULO 11
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

75. Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa
76. Grupos de interés o stakeholders
77. Comunicación y transparencia
78. Ámbitos de actuación
79. Componentes de la gestión de la RSC
80. Medición de la RSC
81. Estudio del caso

COMPUINGLÉS®

www.conversa.com.mx



TRABAJA YA, PROGRESA YA, INSCRÍBETE YA