

Escuela de Administración y Negocios

Diplomado en Internet Marketing y Medios Online

¿Por qué estudiar este diplomado?

Hoy en día, en un mercado cada vez más competitivo, interactivo y unipersonal se hace imprescindible para cualquier empresa mejorar sus acciones de Internet Marketing.

Cuando se habla de Internet Marketing parece que nos estamos refiriendo a técnicas totalmente revolucionarias, pero nada más lejos de realidad. Lo que se pretende con el Internet Marketing es aplicar los fundamentos del Marketing Directo, el Marketing Relacional y la venta a distancia con la ayuda de la tecnología para realizar un Marketing en Internet verdaderamente efectivo e interactivo.

Es decir, cubrir las necesidades de nuestros clientes y prospectos de forma individual, establecer mecanismos para conocerles mejor, habilitar mecanismos de feedback efectivos, generar tráfico calificado, adaptar la publicidad para hacerla más efectiva, crear fórmulas imaginativas para hacerles llegar de forma casi inmediata ofertas exclusivas y personalizadas, en definitiva, hacer a nuestra empresa más competitiva.

El “Diplomado de Internet Marketing y Media Online” cubre todos estos aspectos de una forma práctica, con las últimas tendencias en el Mercado.

El objetivo de este programa es aportar al alumno los conceptos claves dentro del Marketing en Internet:

- Contratación de publicidad y otros métodos de promoción Online. (Media Online)
- Medición y análisis de resultados sobre las acciones realizadas.
- Comprender la dimensión de Internet como un nuevo canal Polifuncional.
- Entender las principales capacidades que proveen Internet y las tácticas para aprovecharlas

Objetivos generales:

Desarrollar en los participantes una visión estratégica, integral y sistémica del Internet Marketing, que le permita desarrollar su capacidad emprendedora, gestionar medios on line. Junto con ello, entregar un conjunto de habilidades y conocimientos para mejorar el desempeño actual de su rol.

Contenidos:

UNIDAD TEMÁTICA I

- 1) Introducción
- 2) Análisis de la situación.
- 3) Objetivos de la planificación de Marketing
- 4) Tácticas de Marketing
- 5) Presupuesto
- 6) Seguimiento
- 7) Preguntas Claves para un buen seguimiento
- 8) Conclusión

UNIDAD TEMÁTICA II

- 1) Introducción
- 2) Principios de las aplicaciones Web 2.0
- 3) La Web 2.0 con ejemplos
- 4) Tecnologías de la Web 2.0
- 5) En que nos sirve la Web 2.0
- 6) Conclusión

UNIDAD TEMÁTICA III

- 1) Definición y alcance del Internet Marketing.
- 2) Historia del Internet Marketing
- 3) Las 4 F's del Internet Marketing
- 4) Beneficios del Internet Marketing
- 5) Limitaciones del Internet Marketing
- 6) Impacto en la Industria Online
- 7) Conclusión

UNIDAD TEMÁTICA IV

- 1) Investigación del Mercado Online
- 2) Análisis de tráfico
- 3) Registros (BDD)
- 4) Objetivo del Web Site
- 5) Orientación del Web Site
- 6) Presupuesto
- 7) Seguimiento de campañas
- 8) Conclusión

UNIDAD TEMÁTICA V

- 1) Desarrollo histórico
- 2) Clases de comercio electrónico
- 3) Factores claves del éxito en el comercio electrónico

- 5) Otras acepciones y definiciones
- 6) Comercio Electrónico en Latinoamérica
- 7) Conclusión

UNIDAD TEMÁTICA VI

- 1) Poder de los medios Online
- 2) Networks
- 3) Segmentación Online
- 4) Brief para campañas Online
- 5) Plan de medios Online
- 6) Tipos de avisos y su impacto
- 7) Formatos de avisos más exitosos
- 8) Métricas de medición de campañas
- 9) Conclusión

UNIDAD TEMÁTICA VII

- 1) Los 4 criterios claves de una estrategia de IM
- 2) Marketing Viral
- 3) Marketing One 2 One
- 4) Permission Marketing
- 5) Marketing de Atracción
- 6) Marketing de Retención
- 7) Marketing de Recomendación
- 8) Segmentación de IM (e.Segmentos)
- 9) Conclusión