

| | |
|---|---|
| ACCIÓN FORMATIVA | COMERCIO Y MARKETING OFFLINE Y ONLINE |
| OBJETIVOS | Dotar al alumnado de las capacidades técnicas para la instalación e implementación de un sitio web basado en un Gestor de contenidos (CMS) y de una visión global sobre las distintas tecnologías y herramientas destinadas a la generación de tráfico a un sitio web; conocer la tipología de clientes de la empresa; definir la política de producto, precios, etc.; seleccionar la forma y el canal de distribución más adecuado; comprender la importancia del plan de marketing en las decisiones sobre comercio electrónico; etc. |
| DESTINATARIOS/AS Y REQUISITOS | 15 trabajadores/as preferentemente en desempleo, empadronados en Gijón (hasta un 25% de las plazas podrán ser cubiertas por trabajadores autónomos empadronados en Gijón y con centro de trabajo abierto en Gijón) con conocimientos, formación y/o experiencia profesional en el sector comercial y del marketing, y conocimientos mínimos de informática para poder seguir el curso con aprovechamiento. |
| DURACIÓN HORARIO FECHA DE INICIO-FIN | 100 horas Lunes a viernes de 9 a 14:20 horas (20 minutos no lectivos al día) 2-10-2017 al 31-10-2017 |
| ENTIDAD FORMADORA LUGAR DE IMPARTICIÓN DATOS DE CONTACTO E INFORMACIÓN | ASATA C/ Aserradores, s/n, 2ª planta, Gijón Información y contacto para la difusión : Apartado de formación de la web www.asata.es Mail: formacion@asata.es Tfno.: 985.35.98.17 |
| PLAZO DE INSCRIPCIÓN FECHA DE SELECCIÓN | Desde el 28-6-17 al 17-9-17 19-9-2017 |
| PROGRAMA | Módulo I.- Proyecto y Lanzamiento de un Sitio Web. Módulo II.- Marketing Online. Conceptos y Estrategia: Dirección de Marketing; Fundamentos de Marketing; Segmentación y Posicionamiento; Decisiones sobre productos y marcas; Estrategias de precio; Comunicaciones de Marketing; Reputación Online. Publicidad Online. Módulo III.- E-Commerce: venta Online y comercio electrónico. Módulo IV.- Generar tráfico web: SEO, SEM, Adwords, posicionamiento, e-mail marketing, Social Media Optimization, Mobile Marketing, campañas de publicidad online. Módulo V.- Medición y evaluación de las actividades de Marketing Digital: KPIs, web analytics, Google Analytics. |