

NOMBRE DEL CURSO:

TELEMÁRKETING

DURACIÓN DEL CURSO:

25 horas (2 meses aprox.)

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

TELEFORMACIÓN

FECHAS CLAVE**FECHA INICIO****FECHA FIN**

-

-

LUGAR DE IMPARTICIÓN

Metodología on-line a través de la plataforma de teleformación en www.akd-cr.com

HORARIO DEL CURSO

Horario libre según disponibilidad y programación del alumno.

OBJETIVOS:

Conoce las nuevas posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y, en especial, Internet, para el desarrollo de acciones efectivas de marketing.

RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS:

- CONCEPTOS BÁSICOS
- E-MARKETING
- TECNOLOGÍAS DEL E-MARKETING: LA PÁGINA WEB
- TECNOLOGÍAS DEL E-MARKETING: EL CORREO ELECTRÓNICO
- LISTAS DE DISTRIBUCIÓN
- BOLETINES Y NWSGROUPS
- CAMPAÑAS DE BANNERS
- FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
- DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE E-MARKETING
- EL PLAN DE MARKETING ONLINE

Todas las unidades didácticas van apoyadas de Ejercicios de Refuerzo sobre el tema tratado y Pruebas de Autoevaluación, para el seguimiento del aprendizaje.

PERFIL DEL DOCENTE:

Experto en marketing y comercio electrónico.

CARACTERÍSTICAS:

El curso se puede realizar tanto de forma privada como a través del Sistema de Bonificaciones a la Seguridad Social de las empresas, con deducciones de hasta el 100% del importe del curso en el documento de cotización del mes siguiente a la finalización del curso.

El curso dispone de una guía teórica de apoyo que podrá ser adquirida independientemente a la contratación del curso.

En el caso de que el abono del curso lo haga una empresa, ésta podrá contar con las siguientes bonificaciones en cada uno de los casos expuestos:

- Empresas de 1 a 9 trabajadores: 100 % del importe del curso.
- Empresas de 10 a 49 trabajadores: 90 % del importe del curso.
- Empresas de 50 a 249 trabajadores: 80 % del importe del curso.
- Empresas de más de 250 trabajadores: 60 % del importe del curso.

Las empresas de menos de 250 trabajadores, cuentan con la cofinanciación del FONDO SOCIAL EUROPEO.

DOCUMENTACIÓN QUE DEBERÁ ENTREGAR EL ALUMNO/EMPRESA EN EL CASO DE APLICAR BONIFICACIONES:

- Fotocopia del DNI del alumno.
- Fotocopia de la tarjeta sanitaria.
- Fotocopia de la cabecera de la última nómina (anterior al mes en el que comienza el curso).
- Solicitud del trabajador para la acción formativa (se proporcionará por la entidad organizadora).
- Ficha técnica de la empresa (se proporcionará por la entidad organizadora).
- Contrato de prestación de servicios (se proporcionará por la entidad organizadora).
- Adhesión al convenio de agrupación de empresas establecido para la formación (se proporcionará por la entidad organizadora).

CONTENIDO DEL CURSO:

1. Conceptos básicos

La comunicación
El marketing
El marketing como proceso de comunicación
Marketing directo y telemarketing

2. E-marketing

Aspectos generales
Principales ventajas del e-marketing
Criterios para diseñar una campaña de e-marketing
Concepto de marketing mix
El e-marketing mix

3. Tecnologías del e-marketing: la página Web

El e-merchandising
¿Qué es un programa de afiliación?
Reglas a tener en cuenta para mantener una buena afiliación
Creación de un programa de afiliación

Creación de un programa de afiliación
Las cookies
La sindicación de contenidos

4. Tecnologías del e-marketing: el correo electrónico

Autocontestadores
El correo electrónico
Formato externo de los mensajes
Formato interno de los mensajes
¿Cómo conseguir direcciones de correo electrónico?
Programas de gestión de correo electrónico

5. Listas de distribución

¿Qué es una lista de distribución?
Suscripción a listas: la netetiqueta
Creación de una lista de distribución
Programas de gestión de listas
Promocionar la lista de distribución

6. Boletines y newsgroups

E-zines
Edición y funcionamiento de e-zines
Promoción de un e-zine
Los newsgroups
Funcionamiento de los newsgroups

7. Campañas de banners

El banner
La tecnología del banner
Estrategias en el diseño de banner
Explotación de los banner
Formas de pago y cobro

8. Fidelización de clientes

Conceptos previos
El valor añadido
El marketing relacional y CRM
Acciones para la fidelización de clientes en Internet

9. Difusión de las campañas de e-marketing

El boca a boca
Marketing viral
Estrategias de e-marketing viral
Ventajas del e-marketing viral

10. El plan de marketing online

Introducción
Estructura principal de un plan de marketing
El análisis de situación: aspectos externos
El análisis de situación: aspectos internos
El análisis de situación: FODA
Objetivos
Las estrategias
Las tácticas
Controles y feed back
El presupuesto financiero

INFORMACIÓN Y CONTACTO:

AKDcr Formación y Consultoría, S.L.

Responsable: Cruces Sánchez

Dirección y Teléfonos: C/ Alarcón, Nº 6 – Daimiel – Tlf. 926 26 00 01 – Móvil: 605 64 81 43

Fax: 926 85 50 88

e-mail de contacto: formacioncontinua@akd-cr.com / akd@akd-cr.com

Página web: www.akd-cr.com

COFINANCIA



IMPARTE

