

Mobile Marketing

Familia profesional: Marketing Digital

Modalidad: Teleformación

Duración: 35 horas

Objetivos:

- Acercarnos a la situación actual sobre el marketing móvil
- Informar sobre los hábitos del consumo del móvil
- Conocer los porcentajes de venta anual media de los distintos dispositivos
- Introducir el término de Marketing móvil
- Profundizarse en las técnicas del Marketing móvil
- Conocer los distintos agentes que forman parte de la campaña del Marketing móvil
- Profundizar sobre la visión estratégica del marketing móvil
- Conocer los desafíos que plantea la definición del producto móvil
- Entender el proceso de análisis y herramientas de control y medición

Contenidos:

UD1. Introducción al Mobile Marketing

1. Introducción
2. Situación actual
3. Hábitos de consumo móvil
 - 3.1. Uso del Smartphone
 - 3.2. Uso de las Apps
4. El móvil
 - 4.1. Penetración por países
 - 4.2. Cuota de mercado por sistema operativo
5. Tablet
6. Dispositivos Weareables
7. Chatbots
8. Asistentes de voz
9. Los medios sociales en los móviles
10. Marketing móvil
11. Agentes

UD2. Marketing y comunicación móvil

1. Visión estratégica del marketing móvil
 - 1.1 Lo que hay que saber para abordar una estrategia de marketing móvil
 - 1.2 Definiendo nuestro público objetivo
 - 1.3 Determinando el momento adecuado
 - 1.4 Conociendo las tendencias del mercado
 - 1.5 El valor diferencial
 - 1.6 Definición de objetivos
 - 1.7 Gestión de recursos
 - 1.8 Definición de acciones
 2. El producto móvil y los desafíos que plantea
 - 2.1. Definiendo un producto. Los retos de la movilidad
 - 2.2. Caso de éxito: la importancia de optimizar la web móvil
 - 2.3. Los desafíos que plantea
 3. Mobile display & Obile display & In-app display
 - 3.1. Formatos de in-app display: del banner al video y al anuncio nativo
 - 3.2. Fidelización y retención de usuarios: dormantuserse e incremento de la cuota de uso
 - 3.3. El caso de Starbucks
 4. Search: Search Engine Optimization (SEO) Vs App Store Optimization (ASO)
 - 4.1. Optimización del perfil de la aplicación: Apple App Store
 - 4.2. Burst Campaigns o campañas de posicionamiento: Apple App Store
 - 4.3. Optimización del perfil de la aplicación: google Play
 - 4.4. Social Media: FaceBook y Twitter
 - 4.5. Discovery apps
 - 4.6. Geo localización
 5. Analítica y herramientas de control
-

Información específica

“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”

Fecha de inicio y fecha de fin: Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

Metodología: La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada

alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

Requisitos de acceso: Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

Material necesario para el desarrollo de la formación: El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

Evaluación: Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

Medios de contacto: Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

Acreditación de los docentes: Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

Precio del curso: El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.