



## **PROGRAMA FORMATIVO**

# **Marketing Digital & E-commerce para la automoción**

## DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD

1. **Familia Profesional:** Comercio y Marketing

**Área Profesional:** Logística comercial y gestión del transporte

2. **Denominación:** Marketing Digital & E-Commerce para la automoción.

3. **Código:** COML01

4. **Nivel de cualificación:** 3

5. **Objetivo general:** Desarrollar una buena estrategia de marketing digital en el sector de la automoción.

### 6. Prescripción de los formadores:

6.1. Titulación requerida:

- Posgrado en Marketing Digital, Comunicación digital, Analítica digital y SEO&SEM o Branded Content.

6.2. Experiencia profesional requerida:

- Un año de experiencia en ocupaciones relacionadas con el marketing digital.
- Experiencia de 2 años en el sector de la automoción.

6.3. Competencia docente

Será necesario tener experiencia metodológica o experiencia docente.

### 7. Criterios de acceso del alumnado:

7.1. Nivel académico o de conocimientos generales:

- Disponer del título de Bachillerato.
- Acreditar 1 o 2 años de experiencia laboral en empresa, organización o institución.

### 8. Número de participantes:

Máximo 25 participantes para cursos presenciales

### 9. Relación secuencial de módulos formativos:

- Módulo 1: Plan de Marketing Digital
- Módulo 2: Inbound Marketing & Marketing Automation
- Módulo 3: Publicidad Digital
- Módulo 4: Social Media Marketing
- Módulo 5: Mobile Marketing
- Módulo 6: Estrategias de fidelización y vinculación (*engagement*) en entornos digitales
- Módulo 7: Analítica y medición
- Módulo 8: Plan Estratégico. Modelos de negocio e-commerce

- Módulo 9: Tecnologías: desarrollo de plataformas de e-commerce
- Módulo 10: Captación, conversión y fidelización en e-commerce
- Módulo 11: Servicios: logística, procesos, gestión de pedidos y medios de pago
- Módulo 12: Tendencias en e-commerce.

#### 10. Duración:

Horas totales: 130 horas

Distribución horas:

- Presencial: 130 horas

#### 11. Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento

##### 11.1. Espacio formativo:

- Aula taller de un mínimo de 100 m<sup>2</sup> para grupo de 25 alumnos (4m<sup>2</sup> por alumno).

Cada espacio estará equipado con mobiliario docente adecuado al número de alumnos, así mismo constará de las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo del curso

##### 11.2. Equipamiento:

- Mesa y silla para el formador.
- Mesas y sillas para el alumnado.
- Material de aula.
- Pizarra.
- PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañon con proyector e internet para el formador.
- PC instalados en red e internet con posibilidad de impresión para los alumnos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

## MÓDULOS FORMATIVOS

### Módulo nº 1

**Denominación:** Plan de Marketing Digital

**Objetivo:** Conocer el contenido de un Plan de Marketing Digital y las herramientas para su desarrollo.

**Duración:** 12 horas

#### Contenidos teórico-prácticos:

- Desarrollo de un Plan de Marketing Online
- Diseño, creación y análisis de la rentabilidad en un Plan de Marketing Digital
- Aspectos legales fundamentales
- Metodologías ágiles
- Design thinking
- Casos de éxito de un Plan de Marketing Digital
- Taller de ROI.

## **Módulo nº 2**

**Denominación:** Inbound Marketing & Marketing Automation.

**Objetivo:** Comprender el alcance y los efectos de las nuevas técnicas de marketing digital en el sector de la automoción.

**Duración:** 12 horas

### **Contenidos teórico-prácticos:**

- Cómo atraer a tu cliente de manera no intrusiva
- Landing pages y usabilidad
- E-mail marketing
- Chat bots
- Lenguajes de programación para marketinianos
- SEO
- Growth hacking.

## **Módulo nº 3**

**Denominación:** Publicidad Digital.

**Objetivo:** Acceso y manejo de la actuales técnicas de publicidad digital.

**Duración:** 12 horas

### **Contenidos teórico-prácticos:**

- RTB
- Marketing de afiliación
- Google Adwords.

## **Módulo nº 4**

**Denominación:** Social Media Marketing.

**Objetivo:** Uso efectivo de las redes sociales en el Plan de Marketing Digital.

**Duración:** 12 horas

### **Contenidos teórico-prácticos:**

- Cómo hacer un Plan de Social Media.
- Uso estratégico de redes sociales.
- Ads en sedes sociales.
- Vídeo Marketing.

## **Módulo nº 5**

**Denominación:** Mobile Marketing.

**Objetivo:** Conocimiento y uso de las principales herramientas de marketing móvil.

**Duración:** 6 horas

### **Contenidos teórico-prácticos:**

- El móvil y la ubicuidad. Proximity marketing y location based marketing.

- Herramientas de marketing móvil: Mensajería, Advergaming.

### **Módulo nº 6**

**Denominación:** Estrategias de fidelización y vinculación (*engagement*) en entornos digitales.

**Objetivo:** Gestión eficaz y digital de clientes.

**Duración:** 12 horas

**Contenidos teórico-prácticos:**

- CRM y e-CRM: conociendo y gestionando a los clientes. Normalización, duplicación, segmentación, enriquecimiento y análisis de las Bases de Datos.
- Acciones de fidelización sobre el tráfico del sitio web.

### **Módulo nº 7**

**Denominación:** Analítica y medición.

**Objetivo:** Incrementar el conocimiento sobre las herramientas de análisis de datos.

**Duración:** 12 horas

**Contenidos teórico-prácticos:**

- Introducción a la analítica web. Objetivos y KPI
- AW aplicada al CRO, análisis on-page, conocimiento del usuario. Medición web enfocada a optimizar la tasa de conversión y el conocimiento del usuario
- Dashboards y reporting
- Análisis de datos.

### **Módulo nº 8**

**Denominación:** Plan Estratégico. Modelos de negocio e-commerce.

**Objetivo:** Comprender las ventajas de los modelos de negocio e-commerce.

**Duración:** 12 horas.

**Contenidos teórico-prácticos:**

- Modelos e negocio en e-commerce
- Tipología de venta
- Otros modelos de comercio electrónico.

### **Módulo nº 9**

**Denominación:** Tecnologías: desarrollo de plataformas de e-commerce

**Objetivo:** Uso eficaz de las plataformas e-commerce.

**Duración:** 12 horas.

**Contenidos teórico-prácticos:**

- Plataformas de e-commerce open source
- Primeros pasos
- Elementos clave de una tienda online.

## **Módulo nº 10**

**Denominación:** Captación, conversión y fidelización en e-commerce.

**Objetivo:** Comprender y manejar las herramientas de e-commerce asociadas a la captación, conversión y fidelización de clientes.

**Duración:** 12 horas.

### **Contenidos teórico-prácticos:**

- Nuevo cliente del siglo XXI
- Captación de visitas
- Conversión a cliente
- Fidelización.

## **Módulo nº 11**

**Denominación:** Servicios: logística, procesos, gestión de pedidos y medios de pago.

**Objetivo:** Desarrollar conocimientos suficientes sobre los servicios en las estrategias de marketing digital.

**Duración:** 10 horas.

### **Contenidos teórico-prácticos:**

- La logística, el gran reto de los e-commerce
- Proceso y gestión de pedidos
- Atención al cliente
- Tipos de métodos de pago.

## **Módulo nº 12**

**Denominación:** Tendencias en e-commerce.

**Objetivo:** Conocer las nuevas tendencias dentro del mundo del e-commerce.

**Duración:** 6 horas.

### **Contenidos teórico-prácticos:**

- Tendencias en cross channel de nuestros clientes digitales
- Otras tendencias en e-commerce.