

Màrqueting Digital i Xarxes Socials

7a Edició

Codi: 172017

Tipologia: Curs de postgrau

Crèdits: 9.00

Idioma: Català

Data d'inici: 18/11/2017

Data de finalització: 24/02/2018

Horari: Divendres de 16.30 a 20.30 hores i dissabte de 9.30 a 13.30 h

Lloc de realització: Parc Científic i Tecnològic de la UdG

Places: 18

Preus i descomptes

Preu: 1.175 €

Raons per fer el curs

- Tenir els coneixements necessaris per aprendre a dissenyar i implementar una estratègia de màrqueting i comunicació digital.
- Aprendre a dissenyar i executar campanyes de màrqueting i comunicació digital.
- Conèixer i gestionar les diferents eines de posicionament web i de motors de cerca a la xarxa i d'analítica web que permetin un millor posicionament empresarial.

Presentació

La creixent competència comercial en diferents sectors de l'economia productiva de les comarques gironines, així com la importància de millorar la competitivitat d'aquest teixit empresarial, fan palesa la necessitat de formar professionals especialistes en la gestió comercial i del màrqueting digital que siguin capaços de formar part d'equips directius de les empreses catalanes amb una clara vocació per millorar l'orientació i la gestió del negoci en el món 2.0.

Objectius

- Entendre què és el màrqueting i les seves estratègies principals (segmentació, posicionament i marca).
- Conèixer els factors que incideixen en el màrqueting estratègic i la seva relació amb el món digital.
- Aprendre a utilitzar les diferents xarxes socials i les eines de gestió social en entorns professionals i de gestió des de l'àmbit de l'estratègia i la planificació comercial.
- Aprendre a crear i desenvolupar un model d'identitat digital per a qualsevol tipus de negoci, persona i empresa de qualsevol tipus que vulgui treballar en entorns digitals.
- Disposar de les eines necessàries per aprendre a desenvolupar campanyes promocionals i d'e-mailing a la xarxa.
- Conèixer i gestionar les diferents eines de posicionament web i de motors de cerca a la xarxa així com d'analítica web que permetin un posicionament empresarial millor.

– Aprendre a avaluar resultats de campanyes i actuacions de posicionament digital a la xarxa.

Sortides professionals

- Responsable de departament de màrqueting digital
- Responsable de departament de xarxes socials

A qui s' adreça

- Persones interessades en treballar en l'àmbit del màrqueting i el màrqueting digital.
- Emprenedors, empresaris i persones que busquen a Internet noves possibilitats de negoci.
- Professionals que vulguin aprendre els conceptes de màrqueting i comunicació digital necessaris per millorar el posicionament digital de la seva empresa.
- Persones que vulguin aprendre a planificar estratègies digitals.

Requisits d'admissió

- Titulació universitària.
- S'admetran persones sense titulació universitària. Aquests alumnes obtindran un certificat s'assistència al curs.
- Cal que els alumnes tinguin ordinador portàtil propi o un altre dispositiu mòbil per al seu ús en les sessions del programa.

Pla d'estudis

Màrqueting Digital i Xarxes Socials

Eines i processos del màrqueting estratègic

En aquest primer mòdul, s'introduiran els principals conceptes i estratègies del màrqueting estratègic. Amb la definició i coneixement de l'estructura del pla de màrqueting així com de les diferents estratègies de segmentació i posicionament, l'alumne podrà encarar amb major facilitat tot l'ecosistema que suposa el màrqueting i la comunicació digital.

Comercialització i habilitats digitals

El segon mòdul busca proporcionar les habilitats digitals bàsiques per optimitzar i potenciar la gestió professional del màrqueting *on line*. S'aprendrà a treballar amb diferents dispositius de forma sincronitzada, a realitzar cerques estratègiques per al negoci, a trobar i, sobretot, atraure la informació desitjada i a disposar de les eines correctes per arxivar-la, accedir-hi i compartir-la fàcilment.

Planificació i ús de les xarxes socials

Arribat al tercer mòdul, l'alumne aprendrà a elaborar els objectius principals i específics d'un pla de màrqueting digital. Veurà com desplegar aquest pla de màrqueting als mitjans socials a través d'un *social media plan* que inclou accions i campanyes concretes sense oblidar que les xarxes socials no són objectius en si, sinó un mitjà estratègic per aconseguir-los.

Estratègies d'*email marketing*

Aquest mòdul aprofundeix en el plantejament de les campanyes d'*email marketing* des d'una perspectiva de màrqueting estratègic. A partir dels aspectes de base de les eines i els processos del màrqueting –introduïts en mòduls precedents–, s'abordarà el plantejament d'objectius i l'orientació a segments de destinataris estratègics, així com el plantejament de continguts orientats a campanyes i accions d'*email marketing*.

Analítica i posicionament web a l'empresa

La clau del cinquè mòdul serà el web. L'alumne aprendrà a analitzar si el seu web respon als objectius del pla de màrqueting i com liderar un procés per reenfocar-lo, incloent elements del màrqueting de continguts, del posicionament orgànic als cercadors (SEO) i de campanyes de pagament (SEM) per acabar establint processos d'avaluació i millora continuada de tots ells.

Titulació

Curs de Postgrau en Màrqueting Digital i Xarxes Socials per la Universitat de Girona*

*No inclou la taxa d'expedició del títol

Metodologia

Es combinarà la part conceptual amb la realització de casos pràctics al llarg de les diferents sessions. L'alumne haurà de realitzar un treball individual que serà avaluat per la direcció del programa.

Sistema avaluació

Elaboració d'un cas pràctic individual.

Finançament

Finançament bancari

Els estudiants matriculats poden finançar el pagament de la matrícula en quotes.

La Fundació ha establert convenis amb condicions preferents pels seus alumnes amb les següents entitats:

- [Sabadell Consumer](#)
- [CaixaBank](#)
- [Banc Santander](#)

Quadre docent

Direcció

Oriol Cesena Mèlich

Llicenciat en Administració i Direcció d'Empreses i Màster en Direcció de Màrqueting i Comercialització a ESADE. Dirigeix i imparteix diferents programes en lideratge i direcció de màrqueting, lideratge comercial i màrqueting digital i xarxes socials a la UdG. És professor convidat en diferents universitats, organismes i institucions en les quals ha desenvolupat diferents programes de màrqueting i estratègia, comercialització, i retail marketing. Director de l'empresa FOCALIZZA, consultora especialitzada en màrqueting i comunicació, empenedoria i desenvolupament local. És professor col·laborador a la UOC i la UdG on imparteix les matèries de màrqueting, comercialització i venda personal. Ideòleg, creador i fundador del Club de Màrqueting de les comarques gironines.

Coordinació

Professorat

Francesc Casadellà

Freelance en comunicació i estratègia digital. Soci fundador i assessor extern d'agències de publicitat creativa; ha exercit càrrecs de cap de comunicació, projectes web i noves tecnologies. En l'àmbit docent, ha estat director durant quatre anys del Curs d'Especialització en Community Management de la Fundació UdG: Innovació i Formació. Imparteix classes per a múltiples entitats i empreses del sector públic i privat.

Oriol Cesena Mèlich

Llicenciat en Administració i Direcció d'Empreses i Màster en Direcció de Màrqueting i Comercialització a ESADE. Dirigeix i imparteix diferents programes en lideratge i direcció de màrqueting, lideratge comercial i màrqueting digital i xarxes socials a la UdG.

És professor convidat en diferents universitats, organismes i institucions en les quals ha desenvolupat diferents programes de màrqueting i estratègia, comercialització, i retail marketing. Director de l'empresa FOCALIZZA, consultora especialitzada en màrqueting i comunicació, empenedoria i desenvolupament local. És professor col·laborador a la UOC i la UdG on imparteix les matèries de màrqueting, comercialització i venda personal. Ideòleg, creador i fundador del Club de Màrqueting de les comarques gironines.

Anna Serrano

Llicenciada en Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha treballat en nombrosos mitjans de comunicació (Televisió de Catalunya, Com Ràdio, Cadena Ser) i s'ha especialitzat en comunicació corporativa i màrqueting digital corporatiu. Ha desenvolupat la seva carrera professional tant en holdings multinacionals, com en agències de comunicació, abans de constituir el seu propi projecte empresarial.

Actualment exerceix de professora convidada en nombrosos centres formatius (Universitat de Girona, Escola Mediterrània) i per a diverses empreses privades i organismes públics, amb formacions en estratègies de màrqueting per a ecommerce, e-mail marketing o comunicació digital. Forma part del programa Google Partners, i és membre verificat per Google en la divisió shopping (comerç digital).

*La direcció es reserva el dret de modificar l'equip docent, si fos necessari, per garantir el nivell de qualitat i categoria professional.

Entitats promotores

Fundació Universitat de Girona: Innovació i Formació



Màrqueting Digital i Xarxes Socials

Inici curs: 18/11/2017

Fi curs: 24/02/2018

Data tancament acta avaluació: 20/03/2018

Calendari

Data	Lloc	Inici matí	Fi matí	Inici tarda	Fi tarda
18/11/2017		09:30	13:30		
24/11/2017				16:30	20:30
25/11/2017		09:30	13:30		
1/12/2017				16:30	20:30
2/12/2017		09:30	13:30		
15/12/2017				16:30	20:30
16/12/2017		09:30	13:30		
12/1/2018				16:30	20:30
13/1/2018		09:30	13:30		
19/1/2018				16:30	20:30
26/1/2018				16:30	20:30
27/1/2018		09:30	13:30		
2/2/2018				16:30	20:30
3/2/2018		09:30	13:30		
9/2/2018				16:30	20:30
10/2/2018		09:30	13:30		
16/2/2018				16:30	20:30
17/2/2018		09:30	13:30		
24/2/2018		09:30	13:30		