

PROGRAMA

MARKETING DIGITAL ORIENTADO A
COOPERATIVAS

Online



índice



- 01** INTRODUCCIÓN
- 02** PROGRAMA
- 03** CONTENIDO
- 04** ESTRUCTURA Y CALENDARIO
- 05** METODOLOGÍA
- 06** CLAUSTRO
- 07** CONDICIONES ECONÓMICAS
- 08** ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN
- 09** TITULACIÓN

01 INTRODUCCIÓN

El papel dominante de Internet en nuestras vidas ha cambiado las reglas de las relaciones entre empresas e instituciones con sus clientes y usuarios. Especialmente en el ámbito del marketing y la comunicación, son necesarias nuevas fórmulas basadas en tecnologías de la información y el conocimiento.



Este programa preparará a los participantes para diseñar y poner en marcha estrategias innovadoras de marketing y comunicación digital en el ámbito de las cooperativas, asociaciones y entidades sin ánimo de lucro que generan negocio. Dará a conocer las claves para la planificación de acciones en el entorno digital, mostrará a los asistentes cómo sacar el máximo partido a las herramientas y canales digitales de comunicación, y enseñará a medir y analizar los indicadores clave para tomar decisiones de negocio. Además, capacitará a los participantes para liderar la transformación digital de sus cooperativas, asociaciones y organizaciones.

02 PROGRAMA DE MARKETING DIGITAL PARA COOPERATIVAS



Objetivos del Programa

El programa en Marketing Digital para Cooperativas tiene como objetivo general que los profesionales o directivos participantes puedan comprender y aprovechar al máximo las nuevas posibilidades que la digitalización abre en el mundo del marketing.

De manera más concreta, después de este programa los asistentes serán capaces de:

- Entender las tendencias en los hábitos de consumo de los usuarios, y en los nuevos modelos de negocio digitales.
- Tener una visión completa de los pilares fundamentales del Marketing digital: canales y herramientas disponibles, necesidades en términos de recursos (humanos, técnicos) y tendencias.
- Entender el valor de los diversos canales de comunicación digital disponibles y la relación entre ellos.
- Plantear un plan de Marketing digital, desde el punto de vista estratégico, alineando los objetivos corporativos de sus cooperativas con los objetivos de Marketing digital.

- Tomar decisiones de inversión en canales digitales de marketing y comunicación digital para el desarrollo de sus negocios.
- Dirigir y supervisar la ejecución de los proyectos de sus cooperativas en este ámbito.

03 CONTENIDO

INTRODUCCIÓN: Manejo de Herramientas Digitales

- Presentación del Máster
- Aprendizaje y manejo de herramientas Online. Web 2.0

Módulo 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING DIGITAL

Online: 16 h.

- El primer módulo del programa aborda tres elementos clave para la comprensión del potencial del Marketing digital:
 - Comportamiento de los usuarios y clientes digitales.
 - Contexto de los negocios en un mundo digitalizado.
 - Claves del desarrollo de planes de marketing y comunicación digital.

MÓDULO 2. SOCIAL MEDIA

Online: 16 h.

- Las marcas se construyen hoy en las redes sociales, donde están las audiencias que han dejado de consumir los medios de comunicación tradicionales. En este módulo se abordan en profundidad las posibilidades de las redes sociales convertidas en plataformas de comunicación.

MÓDULO 3. MARKETING EN BUSCADORES: SEO Y SEM

Online 16 h.

- Los buscadores son la principal fuente de tráfico cualificado y, por tanto, la primera y más importante fuente de negocio en el mundo digital. El tercer módulo aborda las estrategias, tácticas y herramientas para la puesta en marcha y la optimización de campañas de posicionamiento orgánico en buscadores (SEO) y las acciones de publicidad pagada en este canal (SEM).

MÓDULO 4. PUBLICIDAD GRÁFICA

Online 16 h.

- La publicidad gráfica es aquella que se basa en el potencial de la imagen y los medios audiovisuales para la construcción de la identidad de marca y la generación de tráfico cualificado a los negocios. En este módulo se aborda las posibilidades de las acciones de publicidad en Facebook e Instagram, Google Ads y Youtube.

MÓDULO 5. MARKETING DIRECTO DIGITAL: CRM y eMAILING

Online 16 h.

- El entorno digital ha potenciado el uso de acciones directas de comunicación con el desarrollo de herramientas de comunicación comercial capaces de segmentar, personalizar y automatizar la relación con usuarios y clientes para mejorar los resultados de los negocios. En este módulo se analizan las posibilidades de las herramientas de CRM y el uso del canal de eMail para lograr los objetivos comerciales.

MÓDULO 6. ANALYTICS PARA ACCIONES DE MARKETING DIGITAL

Online: 16 h.

- Si en marketing todo debe medirse, el marketing digital ha desarrollado el potente mundo de la analítica. Este módulo introduce las estrategias fundamentales, las alternativas tecnológicas y las herramientas de mercado más interesantes para ejecutar la medición y evaluación de resultados para la optimización de las acciones de marketing digital.

PROYECTO FINAL

Online: mentorización individualizada a cada participante.

- El programa en su fase académica se completa con el desarrollo de un trabajo final en el que los asistentes desarrollarán un Plan de marketing y comunicación digital completo en el que podrán en práctica de manera coordinada todos los conocimientos recibidos en los módulos anteriores. Los participantes podrán desarrollar el trabajo final sobre su propio proyecto de negocio, de forma que el trabajo de aplicación sea aplicable a su realidad empresarial o asociativa.

04 ESTRUCTURA Y CALENDARIO

Fechas, horario y modalidad



Fechas:

→	INICIO DEL PROGRAMA	2023
→	FIN DEL PERIODO LECTIVO	2023



Duración

	Fase online:	96 horas
	Fase Tutorías individuales:	4 horas/ alumno



Modalidad y horarios:

La impartición del programa se realiza en **modalidad online** mediante la metodología e-Learning del Campus Virtual EOI desarrollada en la plataforma Blackboard®

El horario y dedicación estimado para el desarrollo de cada uno de los Módulos académicos se plantea de manera compatible con la actividad profesional de los/as alumnos/as con sesiones principalmente asíncronas que facilitan la flexibilidad y adaptación horaria durante la realización del programa.

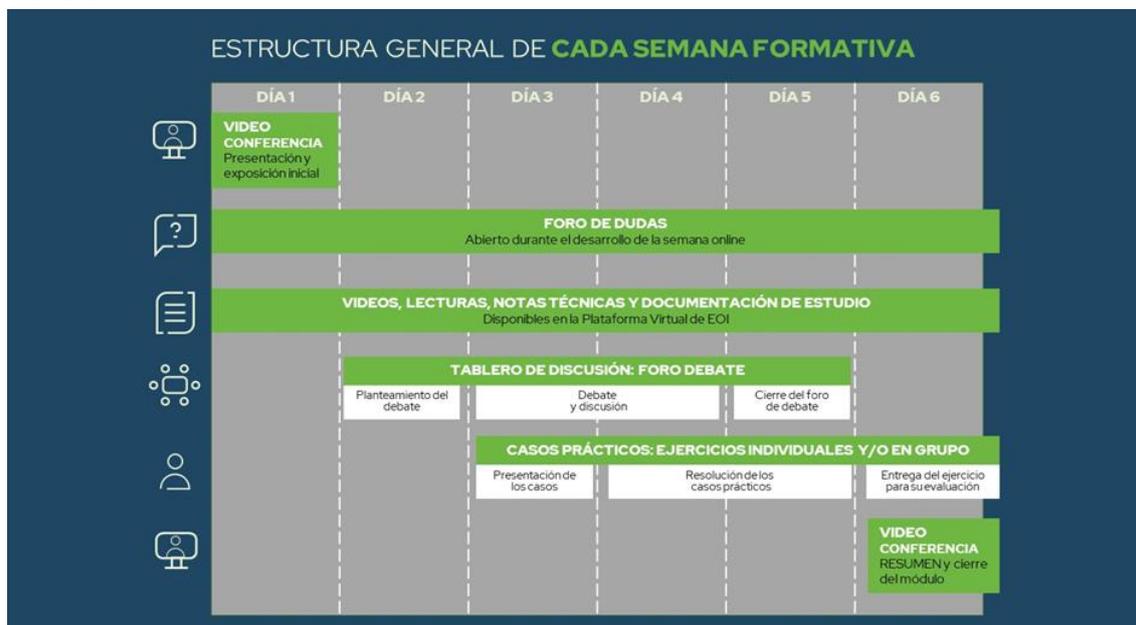
Las webinars tendrán lugar los martes que inicie un módulo a las 19:00 horas y los domingos.

05 METODOLOGÍA

DISEÑO METODOLÓGICO DE LA SEMANA E-LEARNING

- A. Día 1:** Se realiza una sesión síncrona con el profesor, esta acción formativa se plantea de manera interactiva en la plataforma virtual durante la cual se podrá participar y plantear dudas en los momentos previstos por el docente. Si por causas de fuerza mayor el participante no pudiera acudir a la sesión, podrá acceder a la grabación de esta posteriormente.
- B. Desde el día 1 hasta el final de la semana e-Learning:**
 - ✓ Se mantiene abierto el Foro de dudas y consultas que permitirá poner en común las cuestiones que deseen los participantes para que puedan ser atendidas y resueltas por el profesorado.
 - ✓ Estará disponible la documentación, notas técnicas, videos y materiales audiovisuales que ofrecen soporte académico al Módulo y permiten el aprendizaje, la realización de ejercicios y la adquisición de los contenidos planteados por el equipo docente.
- C. Desde el día 2 al 5 de la semana e-Learning:** Se abre un Tablero de Discusión y Debate que permite profundizar en los conceptos esenciales del Módulo de manera coordinada por el profesor y con la búsqueda de una participación activa de todos los/as alumnos/as.
- D. Desde el tercer día:** Se plantearán los ejercicios prácticos que los participantes deberán resolver de manera individual o grupal (según Módulo) antes de la finalización de la semana online.
- E. Último día de la semana online:** Se plantea una sesión de cierre de conexión síncrona para todos los participantes en la que el profesor expondrá las conclusiones de la semana online, claves de aprendizaje adquirido, evaluación y comentarios de mejora sobre los ejercicios desarrollados y dudas de los/as alumnos.

El esquema de las acciones formativas desarrolladas en la semana online se plantea de la siguiente manera:



Mentorización de proyectos

El programa se completa con una mentorización individual a cada participante, (4 horas/alumno) en la que los mentores de EOI están a disposición de los alumnos para aplicar lo aprendido en el programa a su propio proyecto.

Se realizará una sesión webinar, tras el segundo módulo en la que se explicará a los participantes la metodología de trabajo y los hitos que deben ir cumpliendo hasta el final del programa en el que se presentarán los proyectos realizados.

06 CLAUSTRO DOCENTE

El profesorado del Programa está formado por un equipo de profesores y profesionales, especialistas en sus diversos campos de actuación que comparten un denominador común: pasión por la enseñanza y el desarrollo de directivos.

Se trata en su mayoría de prestigiosos directivos de la empresa, o emprendedores que conjugan los conocimientos teóricos con una amplia experiencia profesional y probadas dotes didácticas.

07 CONDICIONES ECONÓMICAS

Anexo



personas
QUE ADEMÁS DE GESTIONAR
**inspiren el
cambio**