

Curso de verano sobre Estrategias de marketing on y off: el cliente en el centro de la acción

Cerrado el plazo de matrícula. Descubre aquí otros cursos del área de Administración y Dirección de Empresas

Presentación

Los cursos de verano de la Universidad de Verano-UDIMA se configuran como una oferta académica diferente y atractiva para el periodo estival. Versan sobre diferentes temas de actualidad en el campo de las ciencias sociales, las ciencias jurídicas, la educación, la economía, el marketing o el turismo.

Estos cursos tienen el formato *on line*, aunque alguna de las actividades puede desarrollarse presencialmente en los campus de Madrid o de Collado Villalba y a la que los estudiantes matriculados, pueden asistir voluntariamente, no siendo imprescindible para la superación del curso.

Presentación del curso

El curso de verano "Estrategias de marketing *on y off line*: el cliente en el centro de la acción" tiene como objetivo ilustrar al alumno en lo relativo a algunas de las técnicas de Marketing más exitosas, utilizadas actualmente por los profesionales del mundo empresarial.

Conocer al cliente es clave para poder hacer propuestas de Marketing que generen negocio. En el entorno actual, adicionalmente, cobra especial relevancia la visión global que nos ayude a contemplar los procesos de compra y los hábitos de relación con las marcas que tiene cada cliente, para poder atenderle de manera eficiente a través de los diferentes canales.

Se trata de que Marketing pueda actuar en cada fase del proceso de compra, de una manera homogénea, haciendo en cada momento, la acción de marketing más recomendable para evitar fugas y hacer un Marketing realmente eficiente.

Director-es

Joaquín Danvila del Valle. Universidad a Distancia de Madrid.

Pablo Sánchez de Ocaña Ruiz de la Prada. Universidad a Distancia de Madrid.

Carmen Hidalgo Giralt. Universidad a Distancia de Madrid.

Equipo docente

Tristán Elósegui. Consultor senior de Marketing *on line*, especializado en estrategia de marketing digital, analítica web y redes sociales. Fundador de Matridiana, una consultora especializada en estrategia de marketing *on line*.

Joaquín Danvila del Valle. Universidad a Distancia de Madrid. Ingeniero Superior de Minas por la Universidad Politécnica de Madrid, PDD por IESE Business School, Director de Marketing y Desarrollo de Negocio de Grupo Reacciona. Miembro de la Comisión Ejecutiva de la Asociación de Marketing de España.

Pablo Sánchez de Ocaña Ruiz de la Prada. Universidad a Distancia de Madrid. Doctor en Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Especialidad en Marketing e Investigación de Mercados.

Santiago Hernández Hernández. Universidad a Distancia de Madrid. Responsable de Marketing Digital del grupo CEF.-UDIMA. Licenciado en Relaciones Públicas. MBA y Máster en Dirección Comercial y Marketing.

Carmen Hidalgo Giralt. Universidad a Distancia de Madrid. Doctora Europea en Geografía por la Universidad Autónoma de Madrid. Licenciada en Historia del Arte, Diploma en Turismo y Máster en Empresas Turísticas.

Objetivos del curso

Conocer nuestro cliente a través de la herramienta del buyer persona.

Diseñar y desarrollar estrategias de marketing tomando como referencia el purchase funnel.

Contemplar la visión de cliente a través de la omnicanalidad.

Profundizar en la lealtad del cliente a través de una visión *on* y *off line*.

Analizar la conectividad del cliente y su presencia en diferentes canales.

Conocer y profundizar en el concepto de compra programática y la planificación publicitaria en el display marketing.

Programa

Unidad 1. Gestión práctica de la lealtad del cliente desde un enfoque *on* y *off line*.

Unidad 2. Omnicanalidad comercial basada en un cliente cada día más conectado.

Unidad 3. Buscando a mi cliente a través de la estrategia del buyer persona.

Unidad 4. Como definir una estrategia de marketing en base al purchase funnel.

Unidad 5. Planificación publicitaria en el display marketing y la compra programática.

Dirigido a

Este curso está dirigido a todas aquellas personas interesadas en ampliar sus conocimientos sobre marketing, especialmente, en su vertiente digital (herramientas, estrategias, principales teorías, etc.). No se necesitan conocimientos previos.

Sistema de enseñanza y metodología de estudio

Al matricularse en el curso el estudiante tendrá acceso a un aula virtual a lo largo de tres semanas. Durante la primera de ellas, en la que se celebrarán las conferencias y/o clases magistrales, se dispondrá de todo el material didáctico (incluidas las grabaciones de las conferencias/clases), así como de las orientaciones necesarias para la realización del curso. El estudiante tendrá tres semanas para realizar las actividades académicas, tras lo cual, el curso se cerrará. Aquellos estudiantes, matriculados y que hayan realizado las actividades previstas, con la valoración de Apto, recibirán un diploma acreditativo del curso con una certificación de 2 créditos ECTS*.

(*) En el caso de los estudiantes de UDIMA, estos dos créditos podrán acumularse, junto a otros créditos obtenidos en actividades organizadas por Extensión Universitaria de UDIMA, hasta un máximo de seis, pudiéndose entonces solicitarse el reconocimiento de una asignatura optativa (no de mención) de Grado.

Material Didáctico

El curso se desarrollará con el material disponible *on line* en el aula virtual (grabaciones de conferencias, documentos gráficos, textos...)



Telf. 91 856 16 99