**Plantilla de la ficha de formación**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título** | | Marketing digital internacional: estrategias y herramientas | | | |
| **Palabras clave (metaetiqueta)** | | Marketing digital, plan y gestión de campañas de marketing, estrategias y herramientas de marketing | | | |
| **Idioma** | | Castellano | | | |
| **Objetivos/ Metas/ Resultados del aprendizaje** | | * Conocer los diferentes tipos de marketing digital * Planificar y gestionar una campaña de marketing digital * Conocer las principales herramientas de marketing | | | |
| **Área de formación: (Seleccionar una)** | | | | | |
| Estrategias de internacionalización | | | |  | |
| Comercio electrónico, marketing internacional y digital | | | | **X** | |
| Venta social | | | |  | |
| Aspectos sociológicos y culturales de la exportación extracomunitaria | | | |  | |
| **Marco Europeo de Cualificaciones (MEC)** | | | | |
| Nivel 5 | | | | |
| **Descripción** | | El marketing digital (también conocido como marketing online) se refiere al uso de cualquier número de canales digitales para anunciar y promocionar productos y servicios. También puede ser muy útil para acercarse a los consumidores y entender su comportamiento.  RACE es un marco práctico para ayudar a los profesionales del marketing y a los propietarios de empresas a planificar y gestionar su estrategia de marketing digital y mejorar los resultados de la misma. Este marco consta de un momento inicial de planificación, seguido de 4 fases estratégicas que abarcan todo el ciclo de vida del cliente. | | | |
| **Contenidos organizados en 3 niveles** | | 1. **Marketing digital internacional: estrategias y herramientas**   **1.1 Introducción. ¿Qué es el marketing digital internacional?**  1.1.1 Marketing digital internacional  1.1.2 Tipos de marketing digital  1.1.3 Modelos multicanal y omnicanal  **1.2 Estrategias de éxito para tu campaña de marketing digital internacional.**  1.2.1 Marco RACE  1.2.2 RACE: (**R**each )Alcanzar  1.2.3 RACE: (**A**ct) Actuar  1.2.4 RACE: (**C**onvert) Convertir  1.2.5 RACE: (**E**ngage) Involucrar  **1.3 Herramientas principales.**  1.3.1 Herramientas de marketing en redes sociales  1.3.2 Herramientas de SEO (optimización de motores de búsqueda)  1.3.3 Herramientas de optimización de la conversión  1.3.4 Otras herramientas útiles  **1.4 Recomendaciones y consejos. Qué hacer y qué no hacer**  1.4.1 Consejos generales  1.4.2 Qué hacer y qué no hacer | | | |
| **Glosario** | **Marketing digital:** se refiere al uso de canales digitales para comercializar productos y servicios con el fin de llegar a los consumidores.  **Comunicación digital:** se refiere a cualquier información intercambiada por medios electrónicos entre un número finito de partes.  **Marketing de contenidos:** es una estrategia de marketing utilizada para atraer, comprometer y retener a una audiencia creando y compartiendo artículos, vídeos, podcasts y otros medios relevantes.  **Marketing de afiliación:** Proceso por el que un afiliado gana una comisión por comercializar los productos de otra persona o empresa  **Modelo multicanal**: uso de todos los canales (tienda física, móvil, marketing online) para contactar con los clientes sin que haya una conexión entre los canales | | | |
| **Autoevaluación (preguntas y respuestas de opción múltiple)** | 1. El marketing digital puede ser útil para:  a) Anunciar y promocionar productos y servicios  b) Entender el comportamiento de los consumidores  **c) Ambos**  2. ¿Qué significa la C del acrónimo RACE?  a) Cambiar  **b) Convertir**  c) Personalizar  3. ¿Cuál es la mejor manera de combinar las técnicas de marketing tradicional y digital?  a) Con el modelo multicanal  b) **Con el modelo omnicanal**  c) Ninguna de las anteriores  4. El último paso en el marco del RACE es trabajar en:  a) A/B pruebas  b) Optimización de tarifas  c) **Fidelización de clientes**  5. Lo que no debes hacer para tener éxito con el marketing digital:  **a) Intentar llegar al público masivo**  b) Invertir en un blog empresarial  c) Invertir en email marketing | | | |
| **Caja de herramientas (directrices, mejores prácticas, lista de control, lecciones aprendidas...)** | **Nombre** | |  | |
| **Descripción** | |  | |
| **Enlace de interés** | |  | |
| **Resources (videos, reference link)** | Powtoon Video: https://www.youtube.com/watch?v=h3P-eP5MNsk | | | |
| **Material relacionado** |  | | | |
| **PPT relacionado** | E4F\_International\_digital\_marketing.PPTX | | | |
| **Bibliografía** | <https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp>  <https://www.marketo.com/digital-marketing/#What>  <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/>  <https://iide.co/blog/dos-and-donts-of-digital-marketing/>  <https://eternitymarketing.com/blog/dos-and-donts-of-digital-marketing> | | | |
| **Proporcionado por** | IWS | | | |