

# 大学课程

## 数字营销的策略



**tech** 科学技术大学

## 大学课程 数字营销的策略

- » 模式:在线
- » 时间:6周
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

网络访问: [www.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-certificate/digital-marketing-strategy](http://www.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-certificate/digital-marketing-strategy)

# 目录

01

介绍

---

4

02

目标

---

8

03

课程管理

---

12

04

结构和内容

---

16

05

方法

---

20

06

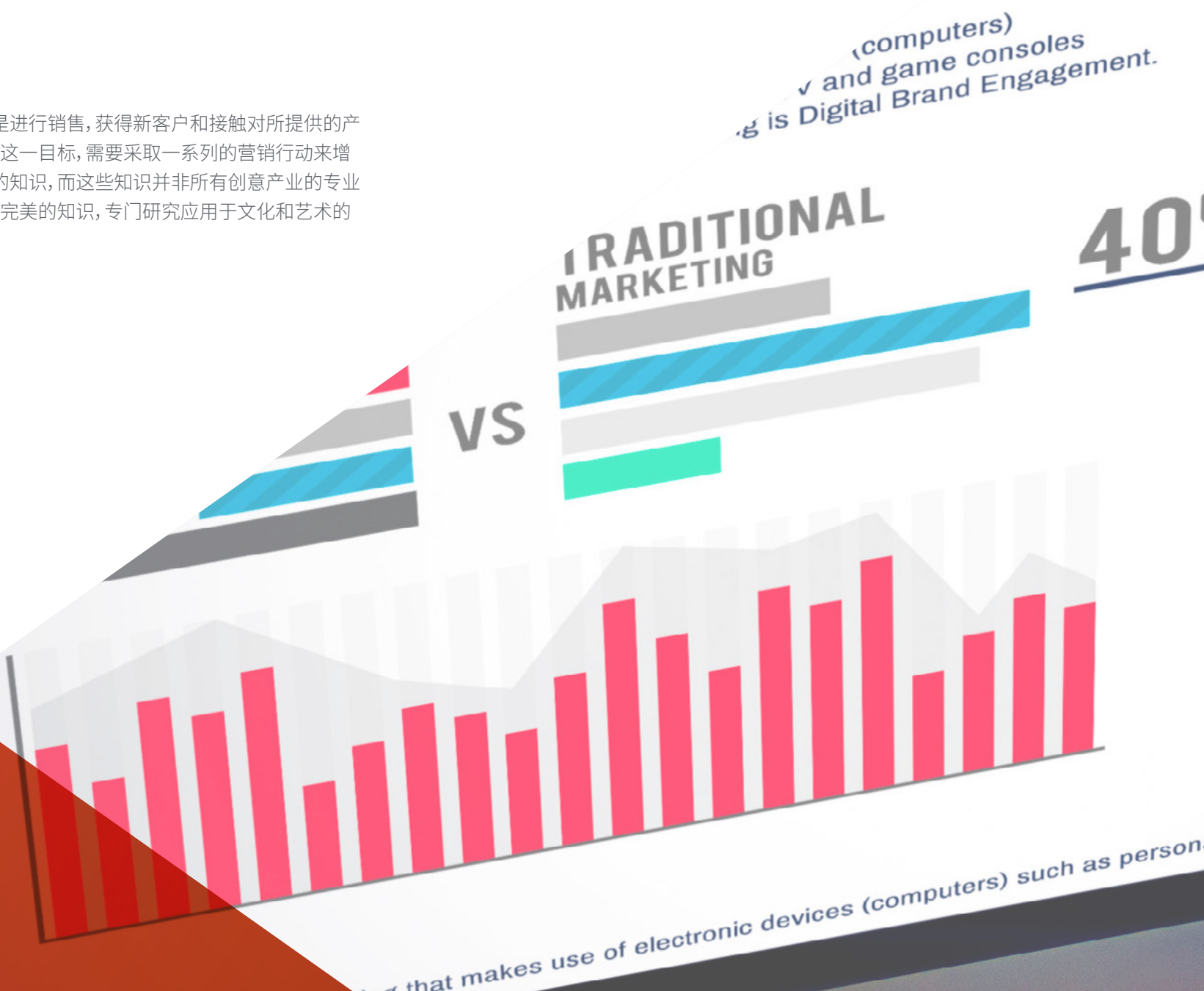
学位

---

28

# 01 介绍

互联网对文化领域来说是一场革命,因为它是进行销售,获得新客户和接触对所提供的产品感兴趣的受众的绝佳渠道。但是,为了实现这一目标,需要采取一系列的营销行动来增加有关公司的传播。而这些行动也需要特定的知识,而这些知识并非所有创意产业的专业人士都具备。出于这个原因,这个学位提供了完美的知识,专门研究应用于文化和艺术的数字营销,使学生成为该领域的专家。





“

为你的客户建立最佳的数字营销战略, 这要归功于这个大学课程”

互联网的出现对公司,机构和一般用户来说是一场革命。不仅为传统公司提供了一个虚拟环境,而且还在内容传播,销售和客户参与方面开辟了新的道路。突然间,当互联网开始流行时,许多人意识到有一个巨大的数字领域可以开发,但要做到这一点并不容易。

因此,渐渐地,它作为一种销售渠道的使用已经常态化,但它需要专业的专业人士,知道如何构建和应用适当的营销计划,考虑到公司的目标和目标。

然而,当这一过程在创意产业领域进行时,就会变得更加复杂,因为这一领域的公司有一系列的特殊性,与其他产业领域的公司不同。即使在文化领域,也有一些特征将不同的学科区分开来,因为一个与电影有关的公司与另一个专注于文学,戏剧或绘画的公司是不同的。

出于这个原因,需要有专业的数字营销人才应用于文化领域,以便他们能够为这类公司的不同沟通和销售计划提供具体措施。为了满足这一需求,本大学课程已经创建,它提供了创建营销战略和应对这一领域可能出现的所有挑战的所有关键,从而使其毕业生成为在其专业环境中受到赞赏的真正专家。

这个**数字营销的策略大学课程**包含市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 使用案例研究作为教学方法,让学生亲身学习如何应用数字营销战略
- ◆ 专门的内容,从新闻和通信的角度,专注于创意产业
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践,以推进学习
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容



没有一个好的营销计划,企业就无法茁壮成长:它帮助企业提高地位"

在互联网上,文化公司的大部分销售都是在互联网上进行的,但他们需要一个适当的营销策略。

“数字营销是创意产业公司发展的一个基本工具:需要新的专家”

你所知道和欣赏的所有文化公司都投资于良好的营销策略。

该课程的教学人员包括来自该行业的专业人士,他们将自己的工作经验带到了这一培训中,还有来自领先公司和著名大学的公认专家。

它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的,将允许专业人员进行情景式学习,即一个模拟的环境,提供一个身临其境的培训,为真实情况进行培训。

该课程的设计重点是基于问题的学习,通过这种方式,专业人员必须尝试解决整个学年出现的不同专业实践情况。它将得到一个由著名专家开发的创新互动视频系统的支持。



02

# 目标

这个数字营销的策略大学课程的主要目标是为学生提供所有必要的知识,以制定适应艺术和文化领域的每个公司或机构的先进营销计划。通过这种方式,学生将能够通过获得当今创意产业亟需的技能,开辟新的职业机会。

DIGITAL



ALL MARKETING

ING

“

由于你在本大学课程中获得的知识, 你将满足你的客户的目标”



## 总体目标

---

- 利用新的信息和通信技术作为研究领域的培训和经验交流的工具
- 知道如何管理关于特定主题的新颖想法的创造和实施过程
- 获得在创意产业的新背景下管理公司和组织的具体知识
- 掌握分析当今创意产业发展和转型的经济, 社会和文化现实的工具

“

你的目标是成为一名数字营销专家, 由于这个学位, 你已经非常接近这个目标了”





## 具体目标

### 模块1.新的数字营销策略

- ◆ 应用数字营销工具, 考虑到信息将到达的受众
- ◆ 进行网络分析, 为公司提供信息以了解如何指导其广告战略
- ◆ 使用社交网络作为营销和广告工具
- ◆ 应用内向型营销工具

No.	Marketing Budget	Categories	Unit	Dec-15	Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16	May-16
10460	Benefits	1-Personal	0	12,034	13,565	10,674	13,095	16,392	12,357
35246	Payroll taxes	1-Personal	0	345	347	154	1,953	374	534
76745	Salaries	1-Personal	0	521	434	176	519	1,850	456
76023	Commissions and bonuses	1-Personal	0	0	2,300	189	90	23	543
23674	Personnel Total	1-Personal	0	12,900	16,646	11,195	15,657	18,639	13,890
14678	Web Research	2-Marketing	2	6,000	2,300	5,000	1,500	1,200	1,266
10567	Independent Research	2-Marketing	1	2,000	5,420	3,000	2,100	900	580
98643	Firm Research Fees	2-Marketing	0	8,200	4,900	2,000	8,000	-	4,500
17695	Market Research Total	2-Marketing	3	16,200	12,620	10,000	14,600	-	4,500
94016	Promotions	3-Commu	2	1,239	190	1,245	432	10,100	5,312
75321	Branding	3-Commu	1	522	431	573	323	134	357
95235	Web Advertising	3-Commu	0	10,432	-	10,430	14,093	612	453
32564	Direct Marketing	3-Commu	0	-	532	156	1,090	12,890	13,555
89508	Newspaper Advertising	3-Commu	4	-	1,243	12	567	234	425
06342	Communication Total	3-Commu	0	12,662	1,243	12	1,090	234	425
89063	Travel	4-Other	0	19,300	19,330	12,416	16,505	13,904	15,136
07421	Phone	4-Other	0	200	150	155	200	12,009	1,367
93012	Computer/Office Equipment	4-Other	2	400	500	100	200	120	145
24601	Postage	4-Other	2	683	153	100	200	120	145
35151	Other Total	4-Other	0	20,583	16,136	356	235	500	100
10460	Benefits	1-Personal	0	12,034	13,565	10,674	13,095	16,392	12,357
35246	Payroll taxes	1-Personal	0	345	347	154	1,953	374	534
76745	Salaries	1-Personal	0	521	434	176	519	1,850	456
76023	Commissions and bonuses	1-Personal	0	0	2,300	189	90	23	543
23674	Personnel Total	1-Personal	0	12,900	16,646	11,195	15,657	18,639	13,890
14678	Web Research	2-Marketing	2	6,000	2,300	5,000	1,500	1,200	1,266
10567	Independent Research	2-Marketing	1	2,000	5,420	3,000	2,100	900	580

# 03

## 课程管理

数字营销是创意产业新公司的一个重要工具。出于这个原因,它需要特别的关注,本大学课程为学生提供了该领域最好的教学人员。因此,得益于这些教师,毕业生将成为应用于文化和艺术的数字营销的真正专家。



“

这个学院将为你提供处理工作所需的所有工具”

## 国际客座董事

S. Mark Young 是一位享誉国际的专家, 他的研究重点集中在娱乐行业。他的成果获得了众多认可, 其中包括2020年由美国会计协会颁发的会计与管理生涯奖。此外, 他因其对这些领域学术文献的贡献而三次获奖。

他的职业生涯中的一个重要里程碑是与Drew Pinsky博士合作出版的研究《自恋和名人》。该研究收集了来自电影和电视明星的直接数据。这篇文章分析了名人的自恋行为如何在现代媒体中被正常化, 以及这对当代青年的影响。

在他的职业生涯中, 杨先生深入研究了电影行业的组织和集中。他特别探讨了预测重要电影票房成功的模型。此外, 他在基于活动的会计和控制系统设计方面做出了贡献。

在学术界, 他被选为南加州大学马歇尔商学院的乔治·博赞尼克和霍尔曼·赫特研究主席。他还在会计、新闻学和传播学相关课程中发表演讲并参与研究项目。



## Young, S. Mark 博士

---

- ◆ 南加州大学马歇尔商学院乔治·博赞尼克和霍尔曼·赫特研究主席, 美国洛杉矶
- ◆ 南加州大学男子网球队官方历史学家
- ◆ 专注于电影行业预测模型的学术研究员
- ◆ 《自恋和名人》合著者
- ◆ 匹兹堡大学会计学博士
- ◆ 俄亥俄州立大学会计硕士
- ◆ 奥柏林学院经济学学士
- ◆ 卓越教学中心

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

## 管理人员



### Velar, Marga博士

- 在SGN集团(纽约)担任企业营销经理
- 前时尚实验室主任
- 维拉努瓦大学中心, ISEM时尚商学院和纳瓦拉大学通信学院的讲师
- 马德里卡洛斯三世大学通信学博士
- 康普鲁坦斯大学Villanueva大学中心的视听通信学位, 并获得通信和时尚管理文凭
- 在ISEM时尚商学院攻读时尚商业管理MBA



## 教师

### Vásquez, Carlos先生

- ◆ MURPH的数字主管
- ◆ 在Liceo25工作超过8年,该公司是25 Gramos, Fleek Mag, Lenders
- ◆ 数字营销和策略,社交媒体和社交广告,电子商务平台和电子邮件营销方面的专家
- ◆ 广告和公关学位

### San Miguel, Patricia博士

- ◆ 数字时尚品牌观察站的主任和创建者,用于分析时尚品牌的数字影响
- ◆ ISEM时装商学院和纳瓦拉大学的数字营销讲师
- ◆ 纳瓦拉大学的博士
- ◆ 毕业于马德里康普鲁坦斯大学公众和公共关系
- ◆ 高管时尚MBA课程:ISEM
- ◆ 影响者营销书的作者

“

这是一个特殊的机会,可以通过高质量的课程和世界上最大的网上大学的声望进行培训”

# 04

## 结构和内容

本大学课程的内容是由数字营销领域的领先专家准备的, 因此, 学生可以获得最好的专业知识, 并可以在他们的专业领域直接使用这些知识。本课程的课程结构为一个模块, 分为10个专题, 涵盖了该领域的所有关键问题。

A graphic element consisting of the letters 'E-CO' in a bold, brown, sans-serif font, positioned in the upper right quadrant of the page. The background behind the text is a light blue gradient.

An illustration of a computer monitor. The top part of the screen shows the word 'MMERCE' in large, bold, brown letters. Below the text, there is a stylized eye icon with a yellow iris and blue outline, and a blue dollar sign icon on a small stand. The background of the illustration is purple and blue.

# MMERCE

“

最全面, 最完整的数字营销课程, 现在由你支配”

## 模块1.新的数字营销策略

- 1.1. 技术和受众
  - 1.1.1. 数字化战略和用户类型之间的差异
  - 1.1.2. 目标受众, 排他性因素和代际关系
  - 1.1.3. 理想 消费者档案 (ICP) 和 买方角色
- 1.2. 用于诊断的数字分析
  - 1.2.1. 在数字战略之前进行分析
  - 1.2.2. 瞬间0
  - 1.2.3. 关键绩效指标和衡量标准, 类型学, 根据方法学的分类
- 1.3. 电子娱乐: 电子商务 对娱乐业的影响
  - 1.3.1. 电子商务, 类型和平台
  - 1.3.2. 网页设计的重要性. 用户体验和用户界面
  - 1.3.3. 优化在线空间: 最低需求
- 1.4. 社交媒体和 影响者营销
  - 1.4.1. 网络营销的影响和演变
  - 1.4.2. 劝说, 内容和病毒性行动的关键
  - 1.4.3. 规划 社会营销 和 影响者营销活动
- 1.5. 移动营销
  - 1.5.1. 移动用户
  - 1.5.2. 移动网络 和应用程序
  - 1.5.3. 移动 营销行动
- 1.6. 在线环境中的广告
  - 1.6.1. 在RRSS的广告和社会广告的目标
  - 1.6.2. 转换漏斗或购买漏斗: 类别
  - 1.6.3. 社会广告平台



- 1.7. 内向型 营销方法
  - 1.7.1. 社会销售, 基本支柱和策略
  - 1.7.2. 数字化战略中的CRM平台
  - 1.7.3. 内向 型营销或吸引型营销: 行动和SEO
- 1.8. 营销自动化
  - 1.8.1. 电子邮件营销和电子邮件类型学
  - 1.8.2. 电子邮件营销自动化, 应用, 平台和优势
  - 1.8.3. 机器人和聊天机器人营销的出现: 类型学和平台
- 1.9. 数据管理工具
  - 1.9.1. 数字战略, 类型和应用, 平台和趋势方面的客户关系管理
  - 1.9.2. 大数据: 大数据, 商业分析和 商业智能
  - 1.9.3. 大数据, 人工智能和 数据科学
- 1.10. 衡量盈利能力
  - 1.10.1. 投资回报率: 投资回报率的定义和投资回报率的对比。ROAS
  - 1.10.2. 优化投资回报率
  - 1.10.3. 关键指标解决方案

“为最有抱负的学生  
提供最好的内容”

# 05 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的：再学习。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用，并被新英格兰医学杂志等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。



“

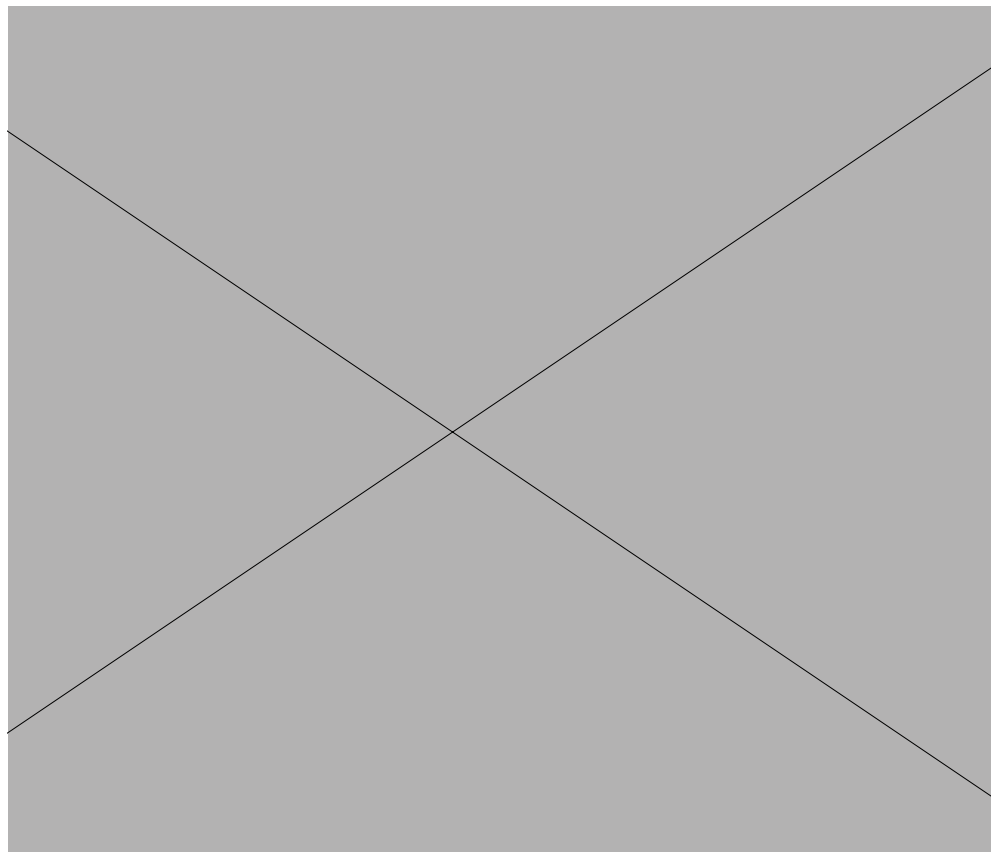
发现再学习, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

## 案例研究, 了解所有内容的背景

我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH, 你可以体验到一种正在动摇世界各地传统大学基础的学习方式”



你将进入一个以重复为基础的学习系, 在整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。





学生将通过合作活动和真实案例，学习如何解决真实商业环境中的复杂情况。

### 一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的教学计划，从零开始，提出了该领域在国内和国际上最苛刻的挑战和决定。由于这种方法，个人和职业成长得到了促进，向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的技术基础，确保遵循当前经济，社会和职业现实。

“我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战，并取得事业上的成功”

在世界顶级商学院存在的时间里，案例法一直是最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律，案例法向他们展示真实的复杂情况，让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年，它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下，专业人士应该怎么做？这就是我们在案例法中面临的问题，这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中，学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识，研究，论证和捍卫他们的想法和决定。

## 再学习方法

TECH有效地将案例研究方法基于循环的100%在线学习系统相结合,在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究:再学习。

在2019年,我们取得了世界上所有西班牙语在线大学中最好的学习成绩。

在TECH,你将采用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为再学习。

我校是唯一获准使用这一成功方法的西班牙语大学。2019年,我们成功地提高了学生的整体满意度(教学质量,材料质量,课程结构,目标.....),与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

再学习将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像y记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



### 学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



### 大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



### 技能和能力的实践

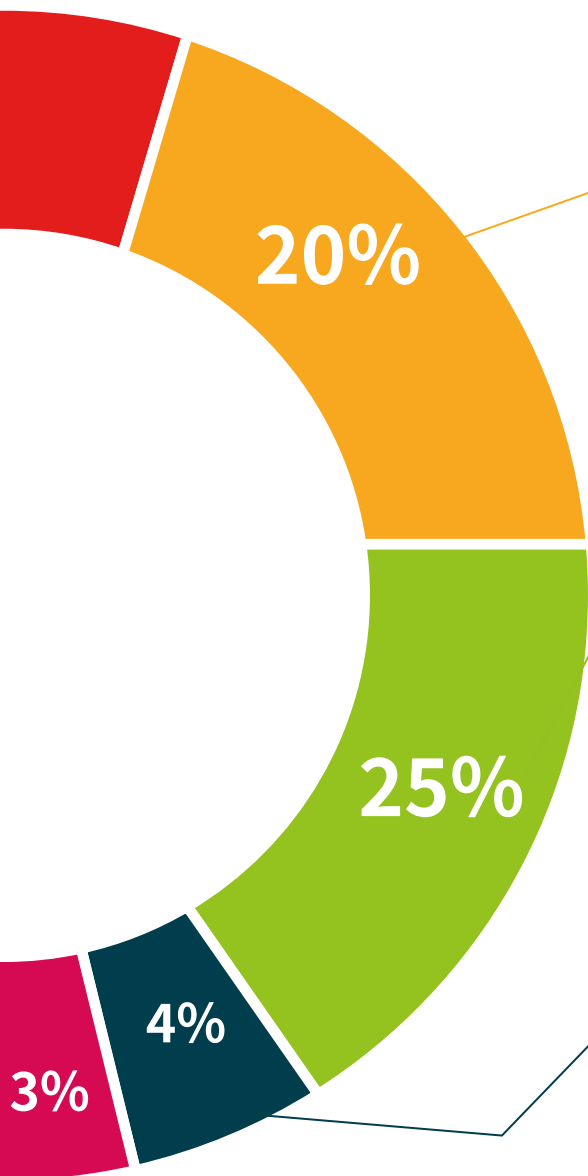
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



### 延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





### 案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的专家介绍,分析和辅导案例。



### 互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。  
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



### 测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



# 06 学位

数字营销的策略大学课程除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的大学课程学位证书。



“

成功地完成这个学位,省去出门或办理文件的麻烦”

这个**数字营销的策略大学课程**包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到**TECH科技大学**颁发的相应的**大学课程学位**。

**TECH科技大学**颁发的证书将表达在大学课程获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位:**数字营销的策略大学课程**

官方学时:**150小时**





**tech** 科学技术大学

大学课程  
数字营销的策略

- » 模式:在线
- » 时间:6周
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

# 大学课程

## 数字营销的策略