

# Qué es el Marketing Mobil (100 HORAS).



## 1. OBJETIVOS

Durante los últimos años hemos tenido el privilegio de ser testigos de los grandes avances e innovaciones en tecnológicas tales como telefonía móvil, Internet, televisión digital, etc. En estos momentos estamos inmersos en la ya comúnmente conocida como “tercera revolución”, y es que los medios digitales han convulsionado las formas de comunicación. La pretensión de este curso es enseñar al alumno qué es el Marketing Mobile.

# 1. CONTENIDOS

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL**

- 1.Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
- 2.La función del marketing en el sistema económico.
- 3.El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa. Las tendencias actuales en el marketing.
- 4.Marketing y dirección estratégica.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL MARKETING MOBILE**

- 1.Introducción
- 2.Definición de Mobile Marketing
- 3.Historial del Mobile Marketing
- 4.Las nuevas tendencias y patrones de comportamiento en los consumidores.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. OBJETIVOS Y SEGUIMIENTO DEL MARKETING MOBILE**

- 1.Introducción
- 2.Edad y género
- 3.Ingresos
- 4.Conocer a los objetivos del Mobile Marketing
- 5.Siguiendo nuestras campañas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ERA DE LOS SMARTPHONES**

- 1.Introducción
- 2.Symbian
- 3.Windows Phone
- 4.iPhone OS

