



1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Programa:

MARKETING DIGITAL

Tipo de programa:

Diplomatura

Facultad Articulada:

Ciencias Económicas y Administrativas

Duración:

120 horas

Público Objetivo:

Analistas, ejecutivos, directores, independientes, gerentes de mercadeo, empresarios, personas con interés en desarrollar conocimientos y habilidades en mercadeo digital.

Justificación:

Aquellas personas que quieren actualizar sus conocimientos con relación a las tendencias y novedades del marketing de hoy, necesitan formación teórico – práctica en las nuevas herramientas de la información, la comunicación, el comercio, el consumo y el comportamiento de la sociedad en ambientes on-line, con el fin de estar a la altura de los cambios del mercado y atender las necesidades de las empresas de vanguardia.

Objetivo general:

Proporcionar a los participantes formación teórico – práctica en el desarrollo de estrategias de mercadeo digital y social media, integradas en la estrategia global de la empresa, uso de plataformas, herramientas y gestión de comunidades en entornos de la web social 2.0 (sitios web, blogs, redes sociales, herramientas de medición y analítica de datos, entre otras).

Objetivos específicos:

Facilitar al estudiante procedimientos, métodos y procesos para que aprenda a gestionar las herramientas esenciales del marketing digital.

Desarrollar capacidades y criterios a la hora de plantear campañas on-line para marcas, comunidades y entidades públicas o privadas.

Capacitar a los asistentes en la generación de valor, a través de la potenciación de la presencia de las marcas en Internet, midiendo los impactos de sus acciones y lo que se dice de ellas por parte de otras personas o entidades.

Competencias a adquirir:

Manejo de herramientas de las TIC, revisión de tácticas y estrategias del espectro digital, capacidad de análisis de situaciones complejas (casos de éxito, crisis de reputación, productos o servicios estacionales, toma de decisiones, trabajo en equipo, relaciones públicas, asertividad y comunicación).

2. ESTRUCTURA

MÓDULO	TEMÁTICAS	INTENSIDAD HORARIA
INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL	<ul style="list-style-type: none">✓ ¿Qué es marketing digital?✓ La evolución del marketing✓ Marketing tradicional vs marketing digital✓ El mundo de hoy y las tendencias tecnológicas✓ Internet de las cosas✓ La evolución de la web (web 1.0 - web 2.0 - web 3.0)✓ Elementos de la estrategia digital	12 horas
EL CONTENIDO COMO ESTRATEGIA DE MARKETING	<ul style="list-style-type: none">✓ Importancia de los nuevos contenidos y fuentes de consulta – investigación.✓ Filtrado y búsquedas específicas✓ Herramientas y estadísticas✓ Formatos de contenidos: optimización, edición y reescritura.✓ Gestión de contenido gráfico en Pinterest.✓ Instagram: usos, tendencias, cifras buenas prácticas.	12 horas
LA WEB COMO CENTRO DE OPERACIONES DEL MARKETING DIGITAL	<ul style="list-style-type: none">✓ Tipos de portales.✓ Ecommerce.✓ El escenario persuasivo como artifice de la conversión.✓ Workshop: usabilidad, la clave del éxito.✓ Workshop: arquitectura de contenidos.✓ Herramientas para crear tu página web.✓ Workshop: creando un escenario persuasivo para mi estrategia.✓ Workshop: CMS y la administración de contenidos.✓ El rol de las pasarelas de pagos.	12 horas
TALLER DE CREATIVIDAD PARA CAMPAÑAS EN SOCIAL MEDIA	<ul style="list-style-type: none">✓ Sesión de disrupción creativa✓ Sesión de generación de ideas y análisis de tendencias✓ Sesión de definición de contenido para nichos específicos✓ Sesión de creatividad (texturas, colores, imágenes, sonidos).	12 horas

<p>GESTIÓN DE YOUTUBE - VIDEO PARA SOCIAL MEDIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Objetivos y beneficios del video marketing ✓ Optimización del canal de Youtube ✓ Ejemplos y casos de éxito ✓ Técnicas básicas fotos y videos ✓ Integración de imágenes en redes sociales ✓ Sesión de photoshooting – práctica 	<p>12 horas</p>
<p>SOCIAL MEDIA PLAN, INBOUND MARKETING</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Qué es inbound marketing? ✓ Best cases. ✓ Recomendaciones de gestión, plantillas, procesos. ✓ Video blogs, contenido disruptivo, tendencias. ✓ Social media plan ✓ Elaboración de presupuestos ✓ Plantillas de gestión. ✓ Workflow – tareas y cronogramas de gestión. 	<p>12 horas</p>
<p>ESTRATEGIAS DE SOCIAL MEDIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Qué es social media? ✓ Introducción a: Facebook, Youtube, Linkedin y Twitter ✓ Objetivos y KPI's (indicadores de gestión) ✓ Plan de acción ✓ Analítica en medios y redes ✓ Guía de buenas prácticas y herramientas de administración 	<p>12 horas</p>
<p>INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD DIGITAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Qué es la publicidad o pauta en digital? ✓ Formatos de anuncios ✓ Pauta en redes sociales ✓ Introducción a la gestión de pauta en Google - red de Display y red de búsqueda ✓ Analítica en SEM ✓ Plan de acción ✓ Relación entre la pauta y el desempeño de tu sitio web ✓ Inversión 	<p>12 horas</p>
<p>SITIOS WEB Y POSICIONAMIENTO ORGÁNICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diferencias entre sitio web, micrositio, landing page, ecommerce, responsive y mobile ✓ A/B Testing ✓ Usabilidad, experiencia de usuario ✓ Principales plataformas ✓ SEO estratégico ✓ Etapas para ejecutar una estrategia de SEO ✓ Artículos para SEO ✓ Palabras claves pagas y palabras claves orgánicas ✓ Google Trends y planificador de 	<p>12 horas</p>

	palabras claves ✓ SEO Técnico ✓ SEO OFF	
ANALÍTICA Y HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN	✓ Principales herramientas de medición online. ✓ La analítica web y terminología básica. ✓ Dimensiones y métricas. ✓ Interpretación de audiencias y de comportamiento. ✓ Interpretación de adquisición y canales. ✓ Interpretación de conversiones / e-commerce. ✓ Modelos de atribución y alternativos de pauta.	12 horas