



EDUCACIÓN CONTINUA

CURSO: MARKETING DIGITAL
MAESTRO: JOAN GUERRERO

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

El ámbito digital se ha diversificado en los últimos años y nuevas posiciones/profesiones han evolucionado o formado como nuevas gracias a la automatización de procesos, herramientas que han evolucionado y roles que ahora demandan más tareas. El marketing no ha estado exento de dicha evolución.

Descubra los nuevos aspectos del Marketing Digital en una serie de sesiones donde las últimas tecnologías en creación de contenidos, captación de clientes, conversión y analíticas, convergerán con un programa intensivo de 6 sesiones. Destinado para profesionales del mercadeo, generadores de contenido y especialistas en ventas que conocen lo básico en plataformas digitales y buscan llevar su conocimiento y éxito a otro nivel.

LISTADO DE MATERIALES:

- Ideal para el estudiante llevar su propia laptop/tableta para tomar notas y/o manejar herramientas de marketing.
- Presentación (en PPT) por cada sesión
- Videos como casos de estudio
- Ejercicios en cada sesión como asignación

PROGRAMACIÓN

SESION 1 – Duración: 2hrs y 30 min.

CONTENIDOS

Conocer **las últimas tendencias en marketing digital**, siendo este el departamento de mayor demanda de talento en organizaciones.

OBJETIVOS

- Conocimiento de Tendencias actuales y futuras

- Enumerar los últimos principios del marketing digital
- Objetivos de negocio de cara a implementar acciones en marketing digital
- Tamaño e importancia de acciones digitales dentro de una organización

ASIGNACIÓN

- Keynote / Conversatorio / Casos de estudio local/regional

RECURSOS

- Presentación (en PPT) por cada sesión

SESION 2 - Duración: 2hrs y 30 min.

CONTENIDOS

Las acciones exitosas en marketing digital comienzan con una estrategia. Esta sección cubrirá los pasos necesarios para elaborar una estrategia digital en base a resultados.

OBJETIVOS

- Definición de estrategias de marketing en el ámbito digital
- Identificación de audiencia y mercados
- Herramientas para elaboración de informe
- Elaboración de tácticas par contenido, seguimiento y KPIs

ASIGNACIÓN

- Elaboración de estrategia digital

RECURSOS

- Presentación (en PPT) por cada sesión

SESION 3 - Duración: Duración: 2hrs y 30 min.

CONTENIDOS

El marketing en plataformas sociales conforma un ecosistema diverso de acciones, plataformas y ejecuciones que varía de sector en sector. El modulo contempla introducción y demostraciones de cómo implementar una experiencia social para un negocio, en base a resultados.

OBJETIVOS

- Conocimiento de las principales plataformas sociales
- Elaborando una experiencia social para una marca (emergente o establecida)
- Crecimiento, engagement y campañas en ámbitos sociales
- Decisiones de audiencia y analíticas en base a datos

ASIGNACIÓN

- Presentación (pitch) de 10 minutos en base a estrategia digital

RECURSOS

- Presentación (en PPT) por cada sesión

SESION 4 - Duración: Duración: 2hrs y 30 min.

CONTENIDOS

Conseguir leads/clientes/usuarios es cada vez más retador. La importancia de conocer en qué entornos invertir para conseguir clientes/usuarios es la clave en esta sesión de trabajo.

OBJETIVOS

- Conocer la evolución de la pauta publicitaria (tipos de publicidad, cómo trabajan, cuándo utilizarlas)
- Conocimiento de terminologías / KPIs y adquisición de clientes
- Growth hacking básico de usuarios

ASIGNACIÓN

- Conversatorio / Casos de estudio local/regional

RECURSOS

- Presentación (en PPT) por cada sesión

SESION 5 - Duración: Duración: 2hrs y 30 min.

CONTENIDOS

El contenido en marketing digital es uno de los elementos clave para la sostenibilidad de una estrategia digital, que esté orientada a los objetivos de negocio y de la mano con la experiencia de usuario en cualquier plataforma social.

OBJETIVOS

- Conocimiento y estrategia de contenidos
- Herramientas para investigación/creación de contenidos
- Publicación y distribución • Métricas y desempeño

ASIGNACIÓN

- Conversatorio / Casos de estudio local/regional

RECURSOS

- Presentación (en PPT) por cada sesión

SESION 6 - Duración: Duración: 2hrs y 30 min.

CONTENIDOS

Mejorando los resultados y presentando los mismos hacia otros entornos de la empresa, es vital para demostrar eficiencia y efectividad en marketing digital.

OBJETIVOS

- Herramientas para manejar éxito de implementación digital
- Creación de procesos de trabajo y herramientas de gestión
- Visuales: creación de visuales que ofrezcan soporte para la estrategia digital

ASIGNACIÓN

- Casos de estudio / Estrategias para mantenimiento de resultados
-

RECURSOS

- Presentación (en PPT) por cada sesión