



Marketing Digital

Plan de Estudio

next_u



Descripción

El programa de Marketing Digital permite al estudiante entender las audiencias, las industrias, la competencia y los retos del negocio; para crear e implementar estrategias a la medida, en diferentes plataformas y medios digitales, monitoreando los resultados para tomar decisiones en tiempo real.

El curso está construido técnicamente desde una perspectiva educativa y con los más recientes desarrollos y estándares del mercadeo digital, así que resulta de utilidad para profesionales del mercadeo que quieran dar el paso al mundo digital, personas que ya trabajan en esta industria y busquen profundizar en su conocimiento y habilidades; también, quienes quieran comenzar de forma sólida en el mundo del marketing digital.



Objetivos de Aprendizaje

Los estudiantes que cursan y aprueban los ocho módulos que componen el curso están en capacidad de:

1. Diagnosticar el negocio (situación actual y retos) como insumo para la estrategia de mercadeo digital a desarrollar.
2. Diseñar una estrategia de mercadeo digital sostenible enfocada y alineada con los objetivos, recursos y áreas del negocio.
3. Determinar el segmento de audiencias de acuerdo con la estrategia de mercadeo digital y los resultados de la analítica web.
4. Seleccionar las herramientas, plataformas y medios del entorno digital que permitan la medición y monitoreo en tiempo real de la estrategia de mercadeo digital.
5. Implementar la estrategia de mercadeo digital, buscando la optimización de las campañas y el presupuesto.
6. Evaluar el impacto de la estrategia digital en el negocio, a través del monitoreo de la analítica web y otras herramientas disponibles.



Estructura y Contenidos

El programa cuenta con ocho módulos que abordan diferentes aspectos relacionados con el negocio, la marca y la estrategia digital. A continuación te ofrecemos la estructura de nuestra certificación.

01 - Fundamentos de mercadeo tradicional y digital

Descripción:

Este módulo presenta los aspectos básicos de los objetivos de negocio y la estrategia de mercadeo tanto tradicional como digital.

Objetivos:

1. Diagnosticar la situación actual del negocio como insumo para la estrategia de mercadeo (*características, expectativas, consumidor, competencia, presupuesto*).
2. Diferenciar los elementos de la estrategia de mercadeo digital.
3. Relacionar estrategias de mercadeo tradicional y digital al negocio.
4. Explicar el valor agregado de la estrategia de marketing digital en el negocio.
5. Definir los objetivos de afinidad con la audiencia.



02 - Marketing en Redes Sociales

Descripción:

Este módulo te ofrece las herramientas para diseñar campañas efectivas en redes sociales, su administración y gestionamiento, de manera que tu marca alcance los objetivos propuestos desde el plan estratégico de mercadeo.

Objetivos:

1. Seleccionar las redes sociales según retos y objetivos de negocio.
2. Diseñar el plan de acción para una campaña en redes sociales que responda a la estrategia de mercadeo.
3. Gestionar las interacciones en las redes sociales.

03 - Diseño de contenidos

Descripción:

En este módulo aprenderás a dar a conocer tu marca de forma efectiva en el entorno digital, mediante el diseño de piezas que respondan a las expectativas de los usuarios y clientes ante las exigencias y dinamismo del sector.

Objetivos:

1. Gestionar la marca en el entorno digital.
2. Diseñar el concepto interactivo (*gráfico, visual, auditivo y táctil*), para generar afinidad con las audiencias.
3. Identificar el alcance de la marca en el ámbito jurídico.
4. Diseñar sitios webs y páginas de aterrizaje con el uso de lenguajes de programación y CMS.

04 - Analítica Web

Descripción:

En este módulo conocerás las diferentes plataformas de medición de sitios y redes sociales, que ofrecen información valiosa para orientar las acciones del día a día y cuantificar el impacto en los resultados de la estrategia digital y en los resultados de negocio.

Objetivos:

1. Interpretar el comportamiento de los usuarios en la analítica web, de acuerdo con la parametrización y variables definidas.
2. Interpretar los hallazgos de la analítica web, para la toma de decisiones en la estrategia digital y la empresa o negocio.
3. Diseñar el modelo de medición de la estrategia digital alineado con los objetivos de la marca o negocio.
4. Identificar las acciones del usuario, a través de la analítica web que aseguren la conversión del usuario en la estrategia digital de acuerdo con las tendencias del mercado.

05 - Email marketing

Descripción:

En este módulo aprenderás a generar cercanía con los usuarios mediante la implementación de esta estrategia y a utilizar las diferentes plataformas para su gestión, haciendo trazabilidad a los contactos y con indicadores que permitan evaluar los resultados.

Objetivos:

1. Seleccionar las herramientas y recursos para campañas de e-mail marketing de acuerdo con las características del negocio y su estrategia.
2. Organizar los recursos de la empresa para el desarrollo de la estrategia de email marketing.
3. Implementar campañas de email marketing.
4. Definir las actividades posteriores a la puesta en marcha de la campaña de email marketing.

06 - Publicidad y pauta en medios digitales

Descripción:

En este módulo encontrarás los conocimientos y las herramientas necesarias para definir una estrategia y plan táctico para pauta digital.

Objetivos:

1. Definir el mix de medios para lograr resultados de branding y/o performance en diferentes dispositivos.
2. Estructurar campañas y contenidos enfocados en audiencias digitales.
3. Implementar una campaña de pauta digital en medios.
4. Evaluar el desempeño de medios frente a los objetivos de la estrategia de mercadeo digital para mejorar la rentabilidad.

07 - SEO - SEM

Descripción:

En este módulo conocerás las prácticas SEO y SEM desde el punto de vista del negocio, los clientes y los motores de búsqueda; estos tres elementos constituyen una triada que te ayudará a alcanzar los objetivos de una campaña de posicionamiento en motores de búsqueda.

Objetivos:

1. Diagnosticar la situación actual SEO.
2. Seleccionar las palabras claves para el posicionamiento del sitio web.



3. Seleccionar la metainformación e indexación para el posicionamiento del sitio web.
4. Diseñar el reporte (atributos y características) SEM del negocio para implementar en el sitio web.

08 - Plan de Marketing

Descripción:

Este módulo te permitirá desarrollar paso a paso las estrategias necesarias para poner en marcha el negocio en el ámbito digital, que permite analizar todos los aspectos que se deben atender -antes de comenzar a definir cualquier objetivo de mercadeo digital-, desde el punto de vista interno y externo del negocio, tanto en los que realizan una migración de lo físico a lo digital como los que se plantean para posicionarse en el ámbito digital desde un inicio.

Objetivos:

1. Analizar el macro y micro entorno empresarial para incursionar en el mundo digital.
2. Construir tu plan de mercadeo digital.



Proyectos Finales

Módulos Marketing Digital	Proyecto Final
01 - Fundamentos de marketing tradicional y digital	Analizar el caso de una empresa y proponer una estrategia de mercadeo.
02 - Marketing en redes sociales	Desarrollar una estrategia para redes sociales como parte de una estrategia digital.
03- Diseño de contenidos	Desarrollar una estrategia de branding, propuesta de concepto creativo, diseño de infografía y evaluación de arquitectura web para una marca específica.
04 - Analítica web	Realizar un informe y el diseño de medición de una estrategia digital.
05 - Email marketing	Diseñar una campaña de email marketing y hacer recomendaciones puntuales para la optimización de la campaña.

06 - Publicidad y pauta en medios digitales

Desarrollar una campaña de pauta digital definiendo una estrategia de pauta enfocada en objetivos de branding y realizar el plan táctico teniendo como referente la realidad y retos del negocio.

07 - SEO - SEM

Diseñar una campaña SEO y SEM basada en el diagnóstico de una organización y en los diferentes elementos necesarios para un buen posicionamiento en la red, aumento de tráfico y conversión de clientes.

08 - Plan de Marketing Digital

Diseñar un Plan de Marketing Digital fundamentado en un diagnóstico del entorno de negocio en digital.
