



Marketing Digital

Plan de Estudio



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 certificados que componen la carrera de Marketing Digital están en capacidad de:

1. Diseñar una estrategia de mercadeo digital sostenible enfocada y alineada con los objetivos, recursos y áreas del negocio.
2. Implementar la estrategia de mercadeo digital, buscando la optimización de las campañas y el presupuesto.
3. Evaluar el impacto de la estrategia digital en el negocio, a través del monitoreo de la analítica web y otras herramientas disponibles.
4. Determinar las acciones a realizar para lograr la optimización en motores de búsqueda que aumenten la posibilidad de tráfico orgánico a los lugares de aterrizaje de la estrategia trazada de mercadeo digital.
5. Diseñar estrategias orgánicas y pagas en Redes Sociales que apoyen la estrategia general de mercadeo digital.
6. Crear y administrar estrategias de pago con Google Ads y sus partners de publicación.
7. Crear un Plan de Marketing de Contenidos y un Plan de Estrategias Pagas.



Estructura y Contenidos

Para completar tu carrera de Marketing Digital te sugerimos desarrollar los 12 certificados que listamos a continuación. Tú puedes decidir qué certificados quieres tomar dependiendo de tu interés y el nivel de conocimiento y experiencia previa que tienes, sin embargo, te recomendamos seguir este camino de aprendizaje para obtener una formación integral en Marketing Digital.

Nivel básico:

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.



Nivel intermedio:

02 - Redes Sociales en Marketing Digital

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 - Fundamentos de 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. Identificar el alcance de la marca en el ámbito jurídico.
4. Definir las actividades posteriores a la puesta en marcha de la campaña de email marketing.

04 - Estrategias orgánicas para redes sociales

Descripción:

En este módulo aprenderás a reconocer a nuestra competencia, saber dónde está y dónde están nuestros posibles clientes, en qué redes sociales participan, a qué hora se conectan e iniciar una escucha activa para formar parte de la conversación, así como, publicar contenidos que sean relevantes y que tengan un gran alcance.

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.

05 - SEO

Descripción:

En este módulo conocerás las prácticas SEO 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 orgánico 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

06 - Contenidos Digitales

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.

07 - Publicidad Digital

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. Seleccionar las palabras claves para el posicionamiento del sitio web.





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.

08 - SEM

Descripción:

Este módulo te ofrece las herramientas para diseñar campañas pagas utilizando las diferentes opciones que ofrece Google Ads.

Objetivos:

1. Diseñar el reporte (atributos y características) SEM del negocio para implementar en el sitio web.
2. Administrar el perfil en Google Ads, cuentas, campañas y anuncios.
3. Optimizar Google Ads e implementar prácticas recomendadas.
4. Mejorar la administración y creación de anuncios en Google Ads.

09 - 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.

10 - Paid Social Media

Descripción:

En este módulo aprenderás a pautar utilizando Facebook y sus sitios asociados, aprovechando sus grandes ventajas de segmentación para llegar al público apropiado.

Objetivos:

1. Definir estrategias para Facebook Ads y su ecosistema de anuncios
2. Optimizar los anuncios para la red de publicación.

3. Gestionar el alcance y frecuencia de las publicaciones aprovechándolas al máximo para llegar a la audiencia deseada. Evaluar el desempeño de medios frente a los objetivos de la estrategia de mercadeo digital para mejorar la rentabilidad.
4. Optimizar los anuncios y sus opciones avanzadas.

Nivel avanzado:

11 - Plan de Marketing de contenidos

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 marketing de contenidos.

12 - Plan de Estrategias Pagas

Descripción:

En este módulo retomamos algunos conceptos básicos para el diseño de un Plan de estrategias Pagas partiendo de los objetivos del negocio y buscando la optimización del presupuesto.

Objetivos:

1. Desarrollar un plan de estrategias pagas.
2. Medir el crecimiento de la estrategia para realizar los ajustes necesarios.
3. Combinar estrategias pagas y orgánicas para obtener los mejores resultados.





Proyectos Finales

Cuando llegas a los niveles avanzados, encontrarás proyectos prácticos que te permitirán poner a prueba todo lo aprendido. Estos proyectos serán evaluados por tutores y obtendrás feedback personalizado acerca de tu desempeño.

Módulos | Marketing Digital

Proyecto Final

11 - Plan de Marketing de Contenidos

Crear un Plan de Marketing de Contenidos.

12 - Plan de Estrategias Pagas

Diseñar un Plan de Marketing implementando estrategias pagas.



Es hora de comenzar este camino de aprendizaje. **¡Adelante!**