

COMPETENCIA GLOBAL

Utiliza en forma efectiva herramientas del marketing digital como parte de las estrategias de mercadeo, buscando aprender a crear estrategias rentables, a partir de la planeación, la ejecución, el análisis y la optimización.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- a) Reconoce oportunidades de negocio a través de medios digitales.
- b) Conoce las principales variables de medición de resultados en el entorno online y es capaz de utilizar eficazmente las herramientas disponibles en el medio.
- c) Sabe, implementa, comunica y presenta eficazmente la estrategia y campaña de marketing y publicidad digital.
- d) Posee, comprende y sabe aplicar los conceptos y técnicas SEO y SEM para posicionamiento diferenciando claramente entre el posicionamiento.
- e) Diseña y planea estrategias de comunicación basadas en la creación de contenidos.

MODALIDAD PRESENCIAL

Bajo el modelo de Presencialidad Asistida por Tecnología PAT

1. Actividades vivenciales y prácticas en plataformas digitales.
2. Proyecto: plan de marketing digital y aplicación de publicidad digital en buscadores.
3. Ejercicio de aplicación – experimento en buscadores.
4. Elaboración de impacto del proyecto digital.
5. Tutorías personalizadas en publicidad digital.
6. Análisis de caso
7. Digital day

RESUMEN DE CONTENIDOS

1. Introducción al marketing digital.
2. Conceptos iniciales.
3. Benchmarking y análisis de competidores.
4. Diseño y planificación estrategia digital.
5. Plan de marketing digital.
6. Posicionamiento en buscadores y acciones comerciales.
7. Buscadores y posicionamiento.
8. Whatsapp business automation.
9. Redes sociales y publicidad digital.
10. Instagram.
11. Publicidad digital.
12. Google Ads.
13. Análisis de caso.
14. Digital day.

Sesiones

Actividades de aprendizaje

1

SEMANA 1: - Introducción al marketing digital

1. Conceptos iniciales
- Tipos CMS (Content Manager System)
2. Análisis de plataformas, herramientas de analítica y seguimiento web.
3. User Experience (UX) design.
4. Herramientas de chat y vídeo marketing.
5. Inbound Marketing.

Acompañamiento Directo:

1. Discusión y puesta en común de las temáticas previstas en cada sesión.
2. Talleres individuales y en grupo y puesta en común de los resultados. -Elección del proyecto grupal

2

Benchmarking y análisis de competidores

1. Medición y análisis de canales y medios digitales.
2. Herramientas de analítica web.
3. Google Analytics.
4. Principales KPIs según modelo de negocio.
5. Tarea práctica: análisis con Google Analytics de un ecommerce (caso real).
6. Tarea práctica: cuadro de control de seguimiento de KPI's.

Acompañamiento Directo:

1. Discusión y puesta en común de las temáticas previstas en cada sesión.
2. Talleres individuales y en grupo y puesta en común de los resultados.

3

Diseño y planificación estrategia digital:

1. Diseño de una estrategia 360 de marketing digital
2. Establecimiento de Objetivos / KPI.
3. Segmentación Demográfica.
4. Landing Page.
5. Llamados de Acción.
6. Tarea práctica: Test de conocimientos

1. Sesión teórica de conceptos
2. Ejercicios prácticos con casos empresariales
3. Construcción de grupos de trabajo y modelo de proyecto Marketing Digital según proyecto y marca escogido. pensamiento sistémico.

4

Plan de Marketing Digital

1. Análisis interno y externo el entorno digital
2. Análisis de la competencia
3. Públicos objetivo de la estrategia digital
4. Objetivos del Plan de Marketing Digital
5. Plan de acciones y seguimiento de resultados

Herramientas para la venta digital. (Email Marketing, CRM, Landing Page).

1. ¿Qué es el Email Marketing?
2. Tipos de correos y usos.
3. Claves para hacer buenos correos.
4. CRM-Gestión de la relación con los clientes: usos y ventajas.
5. Landing Pages (Página de aterrizaje): Campañas y tipos.
6. Práctica de Email Marketing. (Mailchimp)

1. Sesión teórica de conceptos.
2. Ejercicios prácticos con casos empresariales.
3. Construcción de grupos de trabajo y modelo de proyecto Marketing.
4. Digital según proyecto y marca escogido acciones.

5

SEMANA 2: - Posicionamiento en buscadores y acciones comerciales

1. Buscadores y posicionamiento
2. SEM Estrategia de Marketing y Re-Marketing.
3. Estrategia SEO.
4. Optimización SEO.
5. Link Building.
6. Media.
7. Multichannel.
8. Móvil.
9. Estrategias Facebook Live.

1. Sesión teórica de conceptos
2. Ejercicios prácticos con casos empresariales
3. Construcción de campañas de búsqueda en Google ADS por parte de los estudiantes según proyecto escogido en la primera sesión.

6

Whatsapp bussines automation*

1. WhatsApp vs otras herramientas.
 2. Cómo promocionar y vender productos en WhatsApp.
 3. Buenas prácticas y algoritmo anti SPAM.
 4. Cómo generar conexiones de calidad.
 5. Hacia dónde va Whatsapp y el ecosistema de Facebook.
- *Incluye certificación profesional Whatsapp bussines pro *

1. Sesión teórica de conceptos.
2. Ejercicios prácticos con casos empresariales.
3. Construcción y medición de indicadores de gestión para las campañas por parte de los estudiantes según proyecto escogido en la primera sesión.

7

Redes sociales y publicidad digital

1. Facebook Advertising.
2. Estrategia de Marketing para Facebook.
3. Objetivos y optimización.
4. Diseño de Pauta.
5. Herramientas.
6. Estrategia Re-marketing.

1. Sesión teórica de conceptos.
2. Ejercicios prácticos con casos empresariales.
3. Construcción de campañas pagas en Facebook de objetivos de interacción y clientes potenciales, para el proyecto escogido en la primera sesión.

8

Instagram *

1. Introducción al Social Media Marketing.
 2. Cómo posicionar un perfil de Instagram.
 3. Por qué es tan importante contar historias y cómo hacer 'Storytelling'.
 4. Cómo realizar concursos y dinámicas en Instagram, manualmente y automáticamente
 5. Instagram TV: qué es y cómo funciona.
 6. Cómo activar IGTV.
- *Incluye certificación profesional Instagram pro*

1. Sesión teórica de conceptos.
2. Ejercicios prácticos con casos empresariales.
3. Construcción de Marco de Creación de Contenido.
4. Planificación para la creación de contenido significativo a largo plazo.
5. Ideación para la estrategia de contenido significativo.

9

SEMANA 3: Publicidad digital

1. Google Ads
2. Diseño de Estrategias.
3. Creación de Campañas.
4. Red de Búsqueda.
5. Red de Display.
6. Re-Marketing.
7. Conversiones.
8. Estrategia.
9. Optimización.

1. Sesión teórica de conceptos
2. Ejercicios prácticos con casos empresariales
3. Construcción de campañas de la red de Display Google ADS por parte de los estudiantes según proyecto escogido en la primera sesión.

10

Digital day: Taller ecommerce

1. Entrega de Trabajo Final
2. Digital day (visita virtual agencia digital)

RECURSOS TECNOLÓGICOS

Aula Virtual y webex

WordPress, blog, ecommerce, redes sociales. Herramientas digitales para los ejercicios prácticos.

EVALUACIÓN

La evaluación de esta escuela se realizará a través de la presentación de un **proyecto final**.

Desempeño Individual: > = 50%
Desempeño Grupal: < = 50%

LENGUA EXTRANJERA

Inglés
30%