

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

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

MODALIDAD PRESENCIAL

Bajo el modelo de Presencialidad Asistida por Tecnología PAT

- Actividades vivenciales y prácticas en plataformas digitales.
- Proyecto: plan de marketing digital y aplicación de publicidad digital en buscadores.
- Ejercicio de aplicación – experimento en buscadores.
- Elaboración de impacto del proyecto digital.
- Tutorías personalizadas en publicidad digital.
- Análisis de caso
- Digital day

RESUMEN DE CONTENIDOS

- Introducción al marketing digital.
- Conceptos iniciales.
- Benchmarking y análisis de competidores.
- Diseño y planificación estrategia digital.
- Plan de marketing digital.
- Posicionamiento en buscadores y acciones comerciales.
- Buscadores y posicionamiento.
- Whatsapp business automation.
- Redes sociales y publicidad digital.
- Instagram.
- Publicidad digital.
- Google Ads.
- Análisis de caso.
- Digital day.

Sesiones

Actividades de aprendizaje

1

SEMANA 1: - Introducción al marketing digital

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

Acompañamiento Directo:

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

2

Benchmarking y análisis de competidores

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

Acompañamiento Directo:

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

3

Diseño y planificación estrategia digital:

- Diseño de una estrategia 360 de marketing digital
- Establecimiento de Objetivos / KPI.
- Segmentación Demográfica.
- Landing Page.
- Llamados de Acción.
- Tarea práctica: Test de conocimientos

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

4

Plan de Marketing Digital

- Análisis interno y externo el entorno digital
- Análisis de la competencia
- Públicos objetivo de la estrategia digital
- Objetivos del Plan de Marketing Digital
- Plan de acciones y seguimiento de resultados

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

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

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

5

SEMANA 2: - Posicionamiento en buscadores y acciones comerciales

- Buscadores y posicionamiento
- SEM Estrategia de Marketing y Re-Marketing.
- Estrategia SEO.
- Optimización SEO.
- Link Building.
- Media.
- Multichannel.
- Móvil.
- Estrategias Facebook Live.

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

6

Whatsapp bussines automation*

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

- Sesión teórica de conceptos.
- Ejercicios prácticos con casos empresariales.
- 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

- Facebook Advertising.
- Estrategia de Marketing para Facebook.
- Objetivos y optimización.
- Diseño de Pauta.
- Herramientas.
- Estrategia Re-marketing.

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

8

Instagram *

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

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

9

SEMANA 3: Publicidad digital

- Google Ads
- Diseño de Estrategias.
- Creación de Campañas.
- Red de Búsqueda.
- Red de Display.
- Re- Marketing.
- Conversiones.
- Estrategia.
- Optimización.

- Sesión teórica de conceptos
- Ejercicios prácticos con casos empresariales
- 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

- Entrega de Trabajo Final
- 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%