

SILABO MARKETING DIGITAL

1. DATOS GENERALES

- a) **NOMBRE** : Marketing Digital
- b) **NIVEL** : Basico - Intermedio
- c) **DURACIÓN** : 48 hrs
- d) **MODALIDAD** : Presencial
- e) **INSTRUCTOR** : Castillo Ibarra Renzo

2. DESCRIPCIÓN

El curso te permitirá entender, ampliar y profundizar diferentes áreas del entorno digital que son importantes para elaborar una sólida estrategia de marketing digital que cumpla con los objetivos del negocio. Te ayudará a mejorar tu perfil profesional o para montar tu propio negocio.

A través de sesiones prácticas y la presentación de casos, aprenderás los fundamentos técnicos del entorno digital, buscadores (SEO y SEM), e-commerce, marketing en redes sociales y dispositivos móviles, métricas y plan de negocio.

3. OBJETIVOS

- Introducción al medio Online.
- Conocer las tendencias y el comportamiento del usuario Online.
- Desarrollar la capacidad de análisis y evaluación de una estrategia de Medios en el ámbito Online.
- Conocer las plataformas y herramientas de Google Adwords y Facebook como Medio Publicitario y su propuesta de valor.
- Obtener la capacidad de interpretar qué formas de comunicación son las adecuadas para persuadir en una plataforma web según el proyecto que tengamos frente.
- Cómo utilizar las redes sociales como herramienta de tráfico y de construcción de Marca.
- Establecer la capacidad del medio Online para generar ventas y las herramientas para contar con una estrategia de marketing por rendimiento.

4. HORARIOS

Sujeto a disponibilidad de horarios

Inicio de clases: 04 de Enero

Vacantes: 16 alumnos

Mínimo de alumnos para apertura de curso (8).

5. CONTENIDO

MODULO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

- **SESIÓN 1:** Evolución de internet
- **SESIÓN 2:** Pilares fundamentales del Marketing Digital
- **SESIÓN 3:** Internet como medio de comunicación
- **SESIÓN 4:** Conceptos básicos del marketing online y principales diferencias con el marketing tradicional

MODULO 2: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

- **SESIÓN 5:** Creación de ofertas
- **SESIÓN 6:** Definición público objetivo
- **SESIÓN 7:** Identificación oportunidades de mercado
- **SESIÓN 8:** Planificación y calendario de actividades

MODULO 3: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

- **SESIÓN 9:** Introducción a las estrategias de medios online (SEM, SEO)
- **SESIÓN 10:** Estrategia de compra en medios online
- **SESIÓN 11:** Introducción a google adwords

MODULO 4: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

- **SESIÓN 12:** Crear contenido que agregue valor a su empresa.
- **SESIÓN 13:** ¿Cómo dialogar desde la web?
- **SESIÓN 14:** Herramientas para la elaboración de contenidos y depuración de información

MODULO 5: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

- **SESIÓN 15:** Workflow de Campaña de Marketing Digital y Redes Sociales
- **SESIÓN 16:** Elaboración de un Plan de Marketing Digital.
- **SESIÓN 17:** Practica: Diseño y Elaboración de un Plan de Marketing Simple

MODULO 6: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

- **SESIÓN 18:** Usos y beneficios del E - Mail Marketing
- **SESIÓN 19:** El e-mail estimula las ventas online.
- **SESIÓN 20:** Consejos para mejorar el e-mail Marketing
- **SESIÓN 21:** Segmentación de mercado
- **SESIÓN 22:** Las listas de direcciones de correos electrónicos
- **SESIÓN 23:** Como medir los resultados de una Campaña de email Marketing

MODULO 7: EMAIL MARKETING - PRÁCTICA

- **SESIÓN 24:** ¿Cómo crear una campaña de E - mail Marketing usando plataformas y herramientas para el E-mail marketing?
- **SESIÓN 24:** Examen Final