

Título: Marketing digital para profesionales del siglo XXI

OBJETIVOS

Crecimiento de la economía digital: La economía digital está en constante crecimiento y se espera que siga creciendo en el futuro. Por lo tanto, los profesionales que entiendan cómo utilizar el marketing digital para promocionar y vender productos o servicios online tendrán una ventaja en el mercado laboral.

Importancia de la presencia online: En la era digital, la presencia online es crucial para cualquier organización. Los profesionales que comprendan cómo utilizar el marketing digital para mejorar la visibilidad online de una empresa y atraer a más clientes tendrán más oportunidades laborales.

Cambio en los hábitos de consumo: Los consumidores cada vez más realizan sus compras en línea, por lo que es importante que los profesionales comprendan cómo aprovechar el marketing digital para llegar a ellos y persuadirlos de manera efectiva.

Mejora de la eficiencia: El marketing digital permite a los profesionales medir y analizar los resultados de sus campañas de manera más eficiente que otras formas de marketing tradicionales. Esto les permite tomar decisiones más informadas y mejorar la eficiencia de sus esfuerzos de marketing.

En resumen, el marketing digital es una competencia clave para los profesionales en el siglo XXI debido a su importancia en la economía digital, la presencia en línea, los cambios en los hábitos de consumo y la mejora de la eficiencia.

Objetivos de la formación:

- Comprender los conceptos básicos del marketing digital: Esto incluye la comprensión de cómo funciona el marketing digital, las diferentes estrategias y técnicas disponibles y cómo utilizarlas para promocionar productos o servicios ONLINE
- Aprender sobre las diferentes plataformas de marketing digital: Esto incluye el aprendizaje sobre cómo utilizar diferentes plataformas, como Google, Facebook, Instagram, wordpress etc. para llegar a los clientes y promocionar productos o servicios.
- Mejorar las habilidades en SEO: Aprender cómo optimizar el contenido y la estructura de un sitio web para mejorar su clasificación en los motores de búsqueda y atraer más tráfico orgánico.

- Aprender sobre análisis de datos y métricas: Aprender a medir y analizar el éxito de las campañas de marketing digital y cómo utilizar estos datos para mejorar las estrategias y técnicas en el futuro.
- Desarrollar habilidades en estrategia de marketing digital: Aprender a desarrollar y ejecutar estrategias de marketing digital efectivas que permitan a las empresas atraer y retener a los clientes y mejorar sus resultados de negocios.
- Conocer las tendencias y desarrollos futuros del marketing digital: Aprender sobre las tendencias actuales y futuras en el marketing digital y cómo utilizarlas para mejorar las estrategias y técnicas en el futuro.

PROGRAMA

Duración: 60 HORAS

10 MODULOS:

1. Introducción a las estrategias de marketing digital
2. Creación de una estrategia de marketing digital
3. Marketing de contenidos
4. Publicidad en Google Adwords
5. Redes sociales y marketing en ellas
6. Marketing por correo electrónico
7. Análisis y medición de resultados
8. Optimización de la conversión
9. Estrategias avanzadas de marketing digital
10. Tendencias y futuro del marketing digital

Programa:

Introducción a las estrategias de marketing digital 3 HORAS

- Conceptos básicos de marketing y cómo se aplican en el entorno digital
- Ventajas y desventajas del marketing digital en comparación con otras formas de marketing
- Breve historia del desarrollo del marketing digital

Creación de una estrategia de marketing digital 10 HORAS

- Identificación de objetivos de marketing a largo plazo y a corto plazo

- Análisis de la audiencia objetivo y segmentación de mercado
- Selección de canales adecuados para alcanzar los objetivos de marketing
- Planificación y presupuesto para la implementación de la estrategia

Marketing de contenidos - Content Marketing 10 HORAS

- El marketing de contenidos y su importancia
- Planificación y estructuración de una estrategia de marketing de contenidos
- Creación de contenidos atractivos, informativos y relevantes
- Promoción de los contenidos a través de diferentes canales
- ¿Qué es SEO y por qué es importante?
- Principales conceptos y términos de SEO
- Planificación de una estrategia de SEO
- Introducción a WordPress
- Creación de contenido con WordPress: Aprender cómo crear y publicar contenido en WordPress, incluyendo páginas, publicaciones y medios.

- Personalización de WordPress: Aprender cómo personalizar la apariencia y el comportamiento de un sitio web utilizando temas y plugins.
- Optimización de SEO con WordPress

Publicidad en Google Adwords 8 HORAS

- Introducción a la plataforma de Google Adwords
- Creación de una estructura efectiva de campañas publicitarias
- Segmentación de audiencias y selección de palabras clave relevantes
- Optimización de campañas para maximizar el retorno de inversión

Redes sociales 8 HORAS

- Importancia de las redes sociales para el marketing digital
- Elección de las plataformas sociales más adecuadas para la audiencia objetivo
- Planificación y ejecución de campañas publicitarias en las redes sociales
- Herramientas de creación de contenidos como CANVA
- Monitoreo y medición de resultados en las redes sociales

Email Marketing 3 HORAS

- Introducción al marketing por correo electrónico
- Diseño y creación de newsletters atractivas y efectivas
- Segmentación de audiencias y personalización de mensajes

- Medición y optimización de resultados en el marketing por correo electrónico

Análisis y medición de resultados 5 HORAS

- Importancia del seguimiento y medición de resultados en el marketing digital
- Herramientas y técnicas para el análisis de datos y medición de resultados
- Interpretación de los datos y optimización de la estrategia en función de los resultados obtenidos
- Análisis de la rentabilidad de las diferentes acciones de marketing y toma de decisiones en consecuencia.

Optimización de la conversión 5 HORAS

- Introducción a la optimización de la conversión
- Conceptos básicos y objetivos de la optimización de la conversión
- Análisis de los puntos débiles y oportunidades de mejora en la página de destino
- Diseño y estructura de la página de destino
- Principios básicos de diseño y usabilidad para una página de destino efectiva
- Planificación y creación de una página de destino optimizada
- Pruebas A/B y multivariadas
- Introducción a las pruebas A/B y multivariadas
- Planificación y ejecución de pruebas A/B y multivariadas
- Análisis de los resultados y optimización continua

Estrategias avanzadas de marketing digital 5 HORAS

- Automatización de marketing
- Conceptos y objetivos de la automatización de marketing
- Selección y implementación de una plataforma de automatización de marketing
- Retargeting y remarketing
- Introducción a las estrategias de retargeting y remarketing
- Implementación y optimización de campañas de retargeting y remarketing
- Análisis de los resultados y toma de decisiones en consecuencia
- Influencer marketing

Tendencias y futuro del marketing digital 3 HORAS

- Tendencias actuales en el marketing digital
- Análisis de las tendencias actuales y cómo afectan al marketing digital
- Realidad virtual y aumentada en el marketing digital

- Análisis de los casos de éxito y oportunidades de futuro
- Inteligencia artificial y aprendizaje automático en el marketing digital
- Aplicaciones prácticas y casos de éxito en el marketing digital
- Discusión sobre el futuro del uso de la inteligencia artificial y aprendizaje automático en el marketing digital y su impacto en la industria