

Denominación

Curso de Marketing Digital: Estrategias y Herramientas para el Éxito en el Entorno Digital

Objetivos

1. Comprender los fundamentos del marketing digital y cómo se integran en la estrategia empresarial.
2. Desarrollar habilidades para utilizar herramientas de marketing digital, incluyendo SEO, SEM, marketing de contenidos, y redes sociales.
3. Diseñar y ejecutar campañas de marketing digital efectivas, midiendo y analizando resultados para optimizar estrategias.
4. Aplicar técnicas de segmentación y análisis de mercado para alcanzar el público objetivo y maximizar el retorno de la inversión.

Fundamentación

El marketing digital ha transformado la manera en que las empresas interactúan con sus clientes y gestionan sus estrategias de promoción. En un entorno en constante evolución, es esencial que los profesionales del marketing estén equipados con conocimientos actualizados y habilidades prácticas para aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno digital. Este curso proporciona una comprensión integral de las herramientas y técnicas clave en marketing digital, permitiendo a los participantes diseñar e implementar estrategias efectivas en el mercado actual.

Perfiles de ingreso y egreso de los participantes

Perfil de Ingreso:

- Profesionales de marketing, publicidad, ventas y áreas relacionadas.
- Emprendedores y propietarios de negocios que desean potenciar su presencia en línea.
- Estudiantes con interés en el campo del marketing digital y la comunicación.

Perfil de Egreso:

- Profesionales capacitados para diseñar e implementar estrategias de marketing digital.
- Habilidad para utilizar herramientas analíticas para medir y optimizar campañas.
- Competencia para gestionar campañas en diferentes plataformas digitales y redes sociales.
- Capacidad para realizar estudios de mercado y segmentación eficaz.

Perfil del docente

- Formación Académica: Título universitario en Marketing, Publicidad, Comunicación, o áreas afines; certificaciones en marketing digital y herramientas relacionadas.
- Experiencia Profesional: Mínimo de 5 años de experiencia en marketing digital, incluyendo la gestión de campañas, análisis de datos, y estrategia digital en diferentes industrias.
- Habilidades: Experto en SEO, SEM, marketing de contenidos, redes sociales, y herramientas de análisis. Habilidad para enseñar y comunicar conceptos complejos de manera clara y accesible.

Estructura curricular por competencias

1. Fundamentos del Marketing Digital
 - Conceptos básicos y evolución del marketing digital.
 - Estrategias y objetivos en marketing digital.
2. Herramientas de Marketing Digital
 - SEO (Search Engine Optimization): Técnicas de optimización y análisis.
 - SEM (Search Engine Marketing): Creación y gestión de campañas PPC.
 - Marketing de Contenidos: Creación y distribución de contenido relevante.
 - Marketing en Redes Sociales: Estrategias y mejores prácticas para plataformas sociales.
 - Email Marketing: Creación y análisis de campañas de correo electrónico.
3. Análisis y Medición
 - Herramientas de análisis web (Google Analytics, SEMrush).
 - Métricas clave y KPIs.
 - Optimización basada en datos.
4. Desarrollo y Gestión de Campañas
 - Creación de campañas efectivas.
 - Estrategias de segmentación y targeting.
 - Gestión y presupuesto de campañas.
5. Tendencias y Futuro del Marketing Digital
 - Innovaciones y tecnologías emergentes.
 - Adaptación a cambios en el entorno digital.

Estrategias de evaluación

- Evaluaciones Continuas: Pruebas y quizzes al finalizar cada módulo.
- Proyectos Prácticos: Diseño y ejecución de una campaña de marketing digital.

- Estudio de Casos: Análisis de casos reales y resolución de problemas.
- Participación y Discusión: Contribución en foros y debates sobre temas actuales en marketing digital.

Exigencias en materiales y servicios de acuerdo a la naturaleza del curso

- Materiales:
 - Acceso a plataformas de herramientas de marketing digital (Google Ads, SEMrush, etc.).
 - Recursos digitales (ebooks, artículos, estudios de caso).
- Servicios:
 - Plataforma de e-learning o aulas virtuales para la entrega de contenido y la interacción entre participantes.
 - Software de análisis y gestión de campañas para prácticas.

Duración

- Total: 12 semanas
- Modalidad: En línea, con clases en vivo y materiales de autoestudio.

Estructura de costos

- Inscripción: \$100
- Curso Completo: \$1,200 (incluye acceso a materiales, herramientas, y certificación).
- Descuentos: Disponibles para grupos y estudiantes.

Cronograma de ejecución anual

Primer Trimestre:

- Semana 1-4: Fundamentos del Marketing Digital
- Semana 5-8: Herramientas de Marketing Digital (SEO y SEM)
- Semana 9-12: Herramientas de Marketing Digital (Marketing de Contenidos y Redes Sociales)

Segundo Trimestre:

- Semana 1-4: Herramientas de Marketing Digital (Email Marketing)
- Semana 5-8: Análisis y Medición
- Semana 9-12: Desarrollo y Gestión de Campañas

Tercer Trimestre:

- Semana 1-4: Tendencias y Futuro del Marketing Digital
- Semana 5-8: Proyecto Práctico

- Semana 9-12: Evaluaciones Finales y Presentación de Proyectos

Cuarto Trimestre:

- Revisión y Refuerzo: Oportunidades para repaso y consultas adicionales.
- Certificación: Evaluación final y emisión de certificados.