

MARKETING DIGITAL



Duración 24 horas.



8 Sesiones.



Dirigido a:

- Estudiantes
- Profesionales
- Público en general.

CURSO LIBRE

OBJETIVOS:

El Participante al finalizar el curso será capaz de:

- 🎯 Entender la importancia de los medios digitales que está cambiando la forma de hacer marketing. Podrán identificar nuevas oportunidades de negocio, conocer el comportamiento del nuevo consumidor y aplicar de una manera práctica efectiva lo enseñado.

Requisitos:

Conocimientos de manejo de Redes Sociales🎯

En este curso podrás aprovechar al 100% los medios digitales para tu empresa, podrás diseñar e implementar las estrategias y herramientas digitales vigentes en el mercado tales como posicionamiento web SEO, publicidad pagada en Google SEM y Email Marketing, son algunas de ellas.



CONTENIDO:

Sesión 1

Introducción Al Marketing Digital

- Cómo estamos en el mundo Online en Perú
- Comportamiento del consumidor Digital Peruano.
- Qué es el Marketing.
- Conceptos básicos del marketing digital y principales diferencias con el marketing tradicional.
- Cuáles son las tendencias del Marketing Digital.
- Pilares fundamentales del Marketing Digital.

Sesión 2

Posicionamiento Web En Buscadores – Seo Nivel I

- Introducción a momento ZMOT – Momento de la verdad.
- Qué es Posicionamiento Web SEO.
- Cómo funcionan los buscadores.
- Introducción Marketing de Búsqueda y Keywords Research.
- Analisis de Nicho de Mercados – Keyword – Palabras Claves.
- Herramientas Keyword – Palabras Claves.
- Implementación de SEO ON PAGE.

Sesión 3

Posicionamiento Web En Buscadores – Seo Nivel II

- Desarrollo de páginas web responsive y adaptative usando WIX o Wordpress.
- Implementación de SEO OFF PAGE.
- Herramientas de SEO.
- Google Adwords para SEO.
- Taller Grupal – Implementar una estrategia de SEO para un negocio
Caso de Estudio.



CONTENIDO:

Sesión 4

Desarrollo De Campañas Publicitarias Con Google Adwords – Nivel I

- Que es Google Adwords.
- Tipos de Campañas en Google AdWords.
- Configuración de campañas de Google Adwords.
- Gestión campañas en la Red de Búsqueda.
- Selección de avisos y palabras clave de acuerdo a la audiencia.
- Presupuesto de inversión en campañas.

Sesión 5

Desarrollo De Campañas Publicitarias Con Google Adwords – Nivel II

- Configuración de campañas de Google Adwords.
- Gestión campañas en la Red de Display.
- Optimización de cuentas para generar más ganancias.
- Segmentación Por Audiencias Afines, Aduencias en el Mercado.
- Por Temas, Por Ubicación y Demografica.
- Presupuesto de inversión en campañas.

Sesión 6

E-mail Marketing – Nivel I

- Usos y beneficios del E - Mail Marketing El e-mail estimula las ventas online.
- Consejos para mejorar el e-mail Marketing
- Emailing y perfeccionamiento de la base de datos.



CONTENIDO:

Sesión 7

E-mail Marketing – Nivel II

- Diseño y creación de una campaña de e-mail Marketing
- Analisis de los Resultados de una campaña de e-mail Marketing de Mercado

Sesión 8

Exámen Final

EVALUACIÓN: La evaluación de cursos será totalmente práctica. Se realizarán entre 4 y 5 prácticas de las cuales se eliminará la nota más baja y se obtendrá un promedio (PP). Durante la última sesión se realizará un examen final (EF), el cual se promediará con la nota de prácticas y de esta manera se tendrá la calificación final.

Promedio De Prácticas	Nota Final:
$PP = \frac{PR1 + PR2 + PR3 + PR4}{3} - \text{Menor (PR)}$	$NF = \frac{PP + EF}{2}$

