

CURSO LIBRE

# MARKETING DIGITAL



En este curso, el participante aprenderá a crear contenido de valor y a llegar a tu audiencia a través de su sitio web. Definiremos una estrategia digital para hacer crecer tu negocio, así mismo, utilizaremos diferentes plataformas y herramientas como SEO, Google ADS, etc. Con todo este conocimiento y experiencia, podremos armar un plan de marketing digital de manera integral que nos facilite alcanzar nuestros objetivos.



## DURACIÓN

24 horas.



## DIRIGIDO A

Estudiantes.  
Profesionales.  
Público en general.



## ACCESO

Capacitate desde cualquier departamento del Perú.

## OBJETIVOS DEL CURSO

El participante al final del curso será capaz de:

- Elaborar un Plan de Marketing Digital que oriente en forma efectiva el logro de los objetivos de negocio. Desarrollar y aplicar tácticas y estrategias de marketing utilizando los canales digitales con el fin de posicionar su marca. Crear contenido de valor y posicionarlo en los motores de búsqueda. Promocionar sus productos y/o servicios utilizando la plataforma de Google ADS.

## Curso de Nivel Básico

- OBLIGATORIO LLEVAR EL CURSO DE COMMUNITY MANAGER

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

## REQUERIMIENTOS

### MODALIDAD ONLINE

- Procesador - 1 GHz o más rápido o sistema en un chip (SoC).
- RAM - 1 GB para 32 bits o 2 GB para 64 bits.
- Espacio Libre - 16 GB para un SO de 32 bits o 32 GB para un SO de 64 bits.
- Tarjeta gráfica - DirectX 9 o posterior con un controlador WDDM 1.0.
- Pantalla - 800x600 resolución.
- Conexión a internet estable.

### MODALIDAD PRESENCIAL

- Sistemas UNI provee el equipo necesario para el correcto desarrollo del curso.
- Sistemas UNI brinda laboratorios de práctica de lunes a viernes según el horario establecido.

## Método de calificación.

- 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.

## CÁLCULO DE NOTA FINAL

Promedio de Prácticas:

$$PP = \frac{PR1 + PR2 + PR3 + PR4 - MENOR(PR)}{3}$$

Nota Final:

$$NF = \frac{PP + EF \text{ (evaluación final)}}{2}$$

HADWARE Y SOFTWARE

TEMA 1

INTRODUCCIÓN A MARKETING DIGITAL

- ¿Cuál es el estado actual del mundo Online en Perú?
- Comportamiento del consumidor Peruano.
- Conceptos básicos del marketing digital y principales diferencias con el marketing tradicional
- Las 5 "A" del marketing digital
- Principales tendencias actuales del Marketing Digital
- Brief de una Estrategia de Marketing Digital

ENTORNO WINDOS 10

TEMA 2

SEO- POSICIONAMIENTO EN EL BUSCADOR DE GOOGLE I

- ¿Qué es SEO?
- Diferencias importantes entre SEO y SEM
- ¿Cómo funcionan los motores de búsqueda?
- ¿Que son las Keywords?
- Estableciendo patrones para las Keywords de tu Sitio Web
- Herramientas para encontrar las mejores keywords : Go
- Implementando Wordpress para el SEO ON PAGE
- Instalación de Plugin para optimizar el SEO del Sitio We

CONFIGURACIONES Y USUARIOS

TEMA 3

SEO- POSICIONAMIENTO EN EL BUSCADOR DE GOOGLE II

- SEO ON PAGE o Diseño de contenido relevante para tu sitio con Wordpress
  - o Etiquetas, Rich Snippets, Dominios, interlinkados, robot, sitemaps y más.
  - o Aplicando el SEO ON PAGE en Wordpress con el Plugin SEO by Yoast
- SEO OFF PAGE
- ¿Qué es LinkBuilding?
- Ganar enlaces
- Herramientas de LinkBuilding
- SEO Mobile Buenas prácticas
- AMP Ventajas y Desventajas

HERRAMIENTAS EXTERNAS E INTERNAS

TEMA 4

LANDING PAGE FUNNEL DE VENTAS - CONVERSIONES

- Proceso de Conversión de un Leads
- Creación de una Landing page con Wordpress y Elementor
- Desarrollo de la estructura de una Landing page para capturar los Leads
- Buenas prácticas para una Landing page de ventas



CONTACTOS:

- ☎ 01 200-9060 (08:00am-10:00pm)
- ☎ 939-364-979 (08:00am-03:00pm)
- ☎ 948-578-697 (08:00am-03:00pm)
- ☎ 939-364-947 (03:00pm-10:00pm)

HADWARE Y SOFTWARE

TEMA 5

SEM – MARKETING EN MOTORES DE BÚSQUEDA

- ¿Qué es SEM?
- Creación y administración de una cuenta en Google ADS
- Tipos de redes: Búsqueda y Display
- Estructura de las diferentes tipos de campañas y objetivos.
- Creación de una campaña en la red de búsqueda
- Calculando el CPC promedio de las palabras claves con la herramienta "Planificador de Palabras Clave"
- Establecer ubicaciones por Zonas o radio.
- Ofertas y Estrategias de Ofertas
- Presupuesto y Método de Publicación
- Tipos de Concordancias: Amplia, Frase, Exacta y Negativa.
- Tips para crear anuncio destacados
- Creación de diferentes tipos de extensiones
- Ranking de anuncios y nivel de calidad
- Introducción a las Métricas de las campañas de búsqueda

ENTORNO WINDOS 10

TEMA 6

GOOGLE ADS PUBLICIDAD (GRAFICA) DISPLAY

- Creación de una campaña en la Red de Display de Google ADS
- Segmentación por tipo de dispositivos, sistema operativo y operador telefónico
- Segmentación de diferentes tipos de públicos estructurados por Google ADS
- Ofertas y Estrategias de Ofertas : CPC, CPM, CPV
- Presupuesto y Método de Publicación
- Tipos de Anuncios Responsivos y estáticos
- Diseño de anuncio publicitarios gráficos

CONFIGURACIONES Y USUARIOS

TEMA 7

GOOGLE ADS PUBLICIDAD VIDEO EN YOUTUBE

- Creación de una campaña en la Red de Display de Video
- Segmentación por tipo de dispositivos, sistema operativo y operador telefónico
- Segmentación de diferentes tipos de públicos estructurados por Google ADS
- Ofertas y Estrategias de Ofertas : CPM Máximo, CPV Objetivo
- Presupuesto y Método de Publicación
- Vincular tu canal de YouTube con Google ADS
- Tipos de anuncios : InStream, Bumper, Discovery y otros
- Edición y Creación del Video en Youtube
- Publicación de Videos en la plataforma de Google ADS

HERRAMIENTAS EXTERNAS E INTERNAS

TEMA 8

GOOGLE MARKETING PLATFORM

- Introducción al planeamiento digital
- Análisis de la situación Actual: Análisis externo e interno.
- Diagnóstico de la situación Actual: Armar el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)
- Establecer los objetivos de marketing: Objetivos Cuantitativos y Cualitativos.
- Definición y Elaboración de la Estrategia: Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)
- Plan de acción en los medios digitales.
- Determinación del presupuesto de marketing digital.
- Control de Resultados y Herramientas