



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.

• Conocimientos Previos

curso de community manager.

• El participante al final del curso sera 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.

■ Dirigido a:

Estudiantes, Profesionales
y Publico en General

Duración
del curso

24
HORAS.

■ Evaluación

Será totalmente práctica. Se realizarán entre 4 o 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:

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

NOTA FINAL:

$$NF = PP + EF$$

■ Modalidad Online

Requiere una PC con las siguientes características:

- Procesador - 1GHZ o más rapido / en un chip (SOC).
- RAM - 1GB para 32 Bits o 2GB para 64.
- Espacio Libre 16GB - SO de 32 bits / 32GB - SO de 64 bits.
- Una tarjeta gráfica - DirectX 9, posterior o controlador WDDM 1.0.
- Pantalla - 800x 600 resolución.
- Conexión a internet estable.

■ Conéctate a nuestras diferentes Plataformas Digitales:

Telf.: 200 - 9060 Opción 1

E-mail: sisuni.info@uni.edu.pe

www.sistemasuni.edu.pe



“Aumenta tus conocimientos, desarrolla nuevas habilidades y construye hoy tu futuro”.

CLASE #01

- ¿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.
- ¿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.

CLASE #03

- ¿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.
- 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 .

CLASE #02

- 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.
- 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.

CLASE #04

- 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.
- 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 y 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