



Presentación del Curso

Marketing Digital



Tabla de contenido

Descripción general.....	3
Público objetivo	3
Objetivos de aprendizaje.....	4
Duración	4
Contenidos.....	4
Competencias previas	5
Recursos.....	5
Aspectos metodológicos	5
Criterios de aprobación	6
Certificado	6
Perfil del Facilitador	6



MARKETING DIGITAL

Descripción general



El presente curso se desarrollará en la modalidad presencial, el cual permitirá conocer el tipo de estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios, siendo una de las principales formas para que las empresas se comuniquen con el público objetivo de manera directa y personalizada.

En esta capacitación se analizará nuevas tecnologías que brinda el marketing 3.0, así como los beneficios del inbound marketing y las principales herramientas utilizadas en el marketing digital para gestionar campañas publicitarias y realizar el análisis de las métricas cualitativas y cuantitativas.

Este curso se encuentra organizado en cinco unidades:

En la primera unidad se analiza el tipo de estrategia que se implementará en el negocio para que siga creciendo y esté preparado para afrontar cualquier complicación en el mercado.

En la segunda unidad se estudiará las técnicas para captar clientes aportando valor a través de la combinación de varias acciones de marketing digital como el SEO, marketing de contenidos, presencia en redes sociales, generación de leads y analítica web.

En la tercera unidad se analiza las métricas cuantitativas y cualitativas para conocer el estado y evolución de las campañas publicitarias.

En la cuarta unidad se estudiará las herramientas de marketing digital más importantes y como éstas pueden ayudar a optimizar las acciones de la empresa en los canales de línea.

En la quinta unidad el participante desarrollará el plan de marketing digital de un producto o servicio que desee ofertar en el internet.

Con esta capacitación se aprenderá a implementar el tipo de estrategia que permita generar más oportunidades para el negocio a través de las herramientas como: email marketing, marketing de contenidos, Seo y monitorización de redes sociales.

Público objetivo



El curso está dirigido a jóvenes bachilleres, jóvenes universitarios, egresados, técnicos, profesionales, comunicadores, emprendedores y público en general que deseen conocer las últimas tendencias del Marketing Digital.

Objetivos de aprendizaje

Objetivo general

- Implementar estrategias de marketing que permita a las empresas encontrar nuevas oportunidades de negocio, utilizando contenidos atractivos y cualificados que generen valor con el fin de conseguir proyectar una imagen seria y fiable en el mercado.

Objetivos específicos

- Analizar objetivamente las herramientas de marketing digital a implementar en el negocio.
- Detectar buenas prácticas en la implementación del plan de marketing digital para aumentar la rentabilidad del negocio, la fidelización de los clientes y el crecimiento de las relaciones comerciales.
- Identificar las condiciones determinantes para generar mayor número de visitas al sitio web.

Duración

El curso tiene una duración de 40 horas.

Contenidos

BLOQUE 1: Introducción al Marketing Digital

- 1.1 El marketing 3.0
- 1.2 La revolución de las nuevas tecnologías
- 1.3 La infoxicación digital
- 1.4 El nuevo escenario publicitario
- 1.5 Quién es tu cliente ideal? Buyer Persona
- 1.6 Definir tu público objetivo.

BLOQUE 2: Introducción al Inbound Marketing

- 2.1 Historia del inbound marketing
- 2.2 Objetivos del marketing digital
- 2.3 Beneficios del inbound marketing
- 2.4 Outbound marketing vs. Inbound marketing
- 2.5 El contenido en el inbound marketing

BLOQUE 3: Postcompra: medición, análisis y fidelización

- 3.1 Analítica web: métricas cuantitativas y cualitativas
- 3.2 El control del ROI
- 3.3 Google Analytics
- 3.4 Atención al cliente en chats y móviles
- 3.5 Reputación online y manejo de conflictos

BLOQUE 4: Herramientas del Marketing Digital

- 4.1 Email marketing
- 4.2 Redes sociales: Facebook e Instagram
- 4.3 Posicionamiento WEB
- 4.4 Creación de contenidos
- 4.5 Campañas Publicitarias

BLOQUE 5: Plan de Marketing Digital

- 5.1 Los 4 objetivos del marketing
- 5.2 La dinámica de ventas actual
- 5.3 Canales de comercialización
- 5.4 Matriz DAFO
- 5.5 Estrategias básicas
- 5.6 Plan de Marketing – Proyecto Final

Competencias previas

Conocimientos: No se requiere de conocimientos previos.

Habilidades o destrezas: Los participantes deben manejar herramientas ofimáticas, principalmente el internet.

Valores: Los participantes deben ser: proactivos, puntuales y responsables.

Recursos

Los recursos que se requieren para la ejecución del curso presencial son los siguientes:

- Acceso a un equipo de computación con conexión a internet.
- Acceso al paquete Microsoft Office en sus componentes Word, Excel y power point.
- Disponer de un software para lectura de archivos PDF.
- Block, esfero

Aspectos metodológicos

El curso presencial se desarrolla totalmente en las aulas de clase, la metodología a seguirse en este curso será sobre la base de charlas magistrales, de aprendizaje participativo que promueva el análisis de los casos relacionados con la experiencia de los participantes, en cuyo caso el profesor tendrá un rol de Facilitador.

Se estudiará las herramientas y estrategias de marketing digital a fin de crear un vínculo cercano con el público objetivo, logrando nuevos seguidores para el negocio.

Se desarrollarán casos prácticos que permitan a los estudiantes poner en práctica el conocimiento teórico impartido.

El contenido del curso se pondrá a disposición de todos los participantes, para el desarrollo del proceso de capacitación.

Criterios de aprobación

- Cumplimiento de las actividades propuestas en el plazo establecido
- Participación activa en las clases
- Asistencia del 80%
- Obtención de un rendimiento mínimo de 7/10 puntos en el curso

Certificado

El participante que cumpla con los criterios de aprobación, recibirá un certificado con el aval de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, ESPE INNOVATIVA EP y SETEC.

Perfil del Facilitador

Formación académica

Pregrado:

Ing. Comercial

Ing. en Marketing

Tecnólogo en sistemas de la información

Ingeniero en informática y ciencias de la computación

Áreas afines

Posgrado (De preferencia)

Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Magíster en tecnologías de la información.

Otros

Capacitación en áreas a fines

Experiencia relacionada

Experiencia profesional en el sector público-privado y docencia en el área de marketing y gestión comercial.



Esta obra está bajo una licencia de [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Ecuador](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ec/)

