



Diplomado en

Marketing Digital



Descripción del curso

El curso explora como el Internet ha revolucionado el proceso de compra y venta de bienes y servicios.

Los objetivos del curso incluyen:

1. Discutir los recursos disponibles a través del marketing electrónico
2. Describir las herramientas y recursos del marketing electrónico
3. Establecer y promocionar un negocio o tienda virtual
4. Aplicar elementos de seguridad en una tienda virtual
5. Discutir oportunidades especiales para negocios virtuales
6. Describir la importancia de la ética en el marketing electrónico.

A quién está dirigido:

Este diplomado está dirigido a los profesionales y ejecutivos con formación en distintas disciplinas del área administrativa, así como a los emprendedores que deseen potenciar sus habilidades en la gestión del marketing digital y comercio electrónico. Es para quienes buscan obtener una mejor comprensión del cliente y que esperan aprovechar los canales de marketing digital para crear valor en el recorrido del consumidor.



Modalidad



Clases presenciales nocturnas:
miércoles, jueves y viernes.



o Remoto



Duración de
6 semanas



Formación previa:
Bachiller



Contenido:

1. Facebook Ads

- Segmentación de audiencias
- Objetivos de campañas
- Organización de activos digitales utilizando el administrador comercial
- Proyección de presupuestos para estimación de resultados.

2. Fundamentos de marketing de búsqueda en Google Ads

- Dinámicas de SEM (Search Engine Marketing)
- Planificación de palabras claves
- Concordancias y palabras claves negativas
- Lanzamiento de primera campaña
- Introducción al mercadeo en el Display Network de Google.

3. Google Analytics

- Midiendo el comportamiento del usuario digital
- Los 3 informes básicos de Google Analytics: Tiempo Real, Audiencia y Adquisición
- Certificación de Google Analytics para principiantes
- Personalización de envío de datos a Google Analytics utilizando parámetros UTM.

4. Introducción al email marketing

- Marketing de base de datos
- Métricas esenciales
- Escogiendo una plataforma de email marketing.

5. Sesión de Neuromarketing aplicada al mercadeo digital (1 hora)

- Caja de herramientas para medir el comportamiento digital
- Experimentos A/B.

6. Modelo Estratégico para el Marketing Digital Multi-Canal

- El embudo de ventas y sus tres etapas: BOFU, MOFU, TOFU
- SEO y SEM
- Remarketing.

7. Introducción al eCommerce

- Funcionalidades de una plataforma de eCommerce
- Generando tráfico a una tienda en línea
- Pasarelas de pago
- Escogiendo una plataforma para iniciar una tienda en línea.

Beneficios:



Diplomado de una universidad norteamericana



Cuerpo docente altamente calificado



Financiamiento institucional disponible

