

Técnicas de marketing digital



Técnicas de marketing digital

Detalle del Curso

Fecha de inicio: 29-08-2024

Fecha de término: 26-09-2024

Modalidad: Online

Area: Marketing y gestión de negocios

Tipo: Curso

Nivel: Básico

Duración: 30 horas cronológicas /

Código sence:1238035273

****Actividad de capacitación autorizada por Sence para los efectos de la franquicia tributaria de capacitación, no conducente al otorgamiento de un título o grado académico.***

Descripción

Este curso de marketing digital busca desarrollar las competencias necesarias para una adecuada comprensión y puesta en práctica de habilidades en torno al valor del marketing digital y sus tendencias subyacentes.

En un contexto de alto acceso a internet en Chile y en la región, revisaremos las principales herramientas y funciones, junto con los impactos y beneficios de una estrategia de marketing general a fin de formular soluciones de marketing digital en distintas plataformas *online*.

Los niveles de penetración de internet en Chile (con cerca del 90%), Latinoamérica con cerca del 75% y a nivel mundial cercano al 60%, el uso cotidiano del ambiente digital, el crecimiento de la inversión en medios *online* (que en el país ha superado en diversas industrias a la publicidad tradicional) y el cada vez más protagónico rol que adquiere el marketing digital en las decisiones de las organizaciones y empresas chilenas, nos desafían a comprender el contexto del país en cuanto a ambiente digital, las herramientas disponibles y los usos que se puedan tener dentro de una organización para interactuar con clientes y usuarios.

El curso **Técnicas de marketing digital** permitirá al participante desarrollar aprendizajes sobre el rol del marketing digital, su aplicación en las organizaciones y su impacto. Se abordará el entorno y contexto en que se encuadra, su principales tendencias y evolución, el consumidor y usuario *online*, los principales canales y plataforma como uso de apps, *mobile* y redes sociales. Se trabajará también la definición de objetivos, métricas, KPI y audiencias entre otros elementos, para situar al marketing digital como un proceso general de marketing.

Dirigido a

Jefes de marketing, *product manager*, *category managers*, diseñadores, publicistas, administrativos, ingenieros, técnicos en marketing, informáticos, profesionales ligados a la comunicación y marketing, periodistas, y emprendedores que deseen profesionalizarse y adquirir competencias de herramientas de marketing digital claves para reforzar sus conocimientos y mejorar su productividad y gestión dentro de sus organizaciones.

Módulos y contenidos

Módulo 1

El rol del marketing digital en el contexto actual

Contenidos

- Marketing y marketing digital
- Marketing digital: Evolución, contexto y rol
- Marketing digital como proceso de estrategia de marketing y comunicacional
- Ecosistema digital y crecimiento del uso de internet. Caso chileno y comparado
- Omnicanalidad y sus desafíos. Casos
- Usuario digital y su comportamiento. Casos
- Componentes del entorno digital

Módulo 2

Principales herramientas de marketing digital y sus elementos interactivos para el diseño de la estrategia de marketing online

Contenidos

- Formatos digitales
- Plataformas: *mobile* marketing
- Posicionamiento orgánico e inducido (SEO y SEM)
- Social media / Redes sociales. Casos
- *Community management*: Comunicación de la marca con los *fans*
- El rol de los *influencers* y embajadores en el entorno digital
- Desarrollo de casos

Módulos y contenidos

Módulo 3

Herramientas de marketing digital en la formulación de objetivos y soluciones digitales para distintas plataformas

Contenidos

- Posicionar y promover una marca en el entorno digital: Diagnóstico y formulación
- Aprendiendo a definir una campaña de marketing digital
- Diseño de plan de marketing digital: Objetivos, planificación y contenidos en un entorno omnicanal
- Selección de herramientas de marketing digital según objetivos definidos
- Estrategia de medios digitales y su integración con las herramientas digitales
- Definición de presupuesto y alcances
- Desarrollo de casos

Módulo 4

Indicadores de medición de impacto de los componentes de las herramientas de marketing digital

Contenidos

- Embudo del marketing digital
- Métricas y definición de los KPI del marketing digital
- Medición de la interacción en la comunidad
- Evaluación de campañas, impacto y alcance
- Tipos de reporte
- Desarrollo de casos

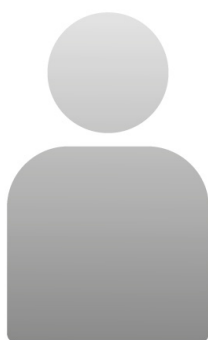
Equipo docente



Martin Meister

Jefe de programa

Profesor Adjunto, Escuela de Ingeniería UC. Ingeniero Civil Industrial, Universidad de Chile. M.Sc. in Marketing Management, Boston University. Director Comercial de la Dirección de Educación Continua UC.



Christian Oros

Profesor

Sociólogo UC y Magíster en Sociología UC. Actualmente Director de Estrategia y Research de Kawésqar Lab, responsable del desarrollo de proyectos de Marketing Digital y Comercio Electrónico en diversas industrias. Profesor del Curso de Marketing Digital y su aplicación al Ecommerce de la Facultad de Comunicaciones UC. Fue Gerente de Marketing de Parque Arauco S.A.



Gonzalo Leitao

Tutor

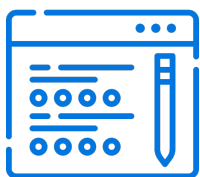
Gonzalo Leitao es periodista (Universidad Diego Portales), magíster en Comunicación Empresarial Estratégica (Universidad Diego Portales y Pompeu Fabra de España) y máster en Dirección y Gestión de Negocios Digitales (Universidad Politécnica de Valencia, España). Diplomado en Gestión de Proyectos Web (Universidad de Chile).

Metodología y certificación



Metodología

El curso es 100% online y utiliza metodología basada en el constructivismo, en la cual el estudiante es el actor principal de su propio aprendizaje.



Evaluación

Al final de cada módulo, el alumno realizará una evaluación en línea de los contenidos estudiados. Además, elaborará un trabajo final de aplicación.



Certificación

Los alumnos que cumplan las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

¿Porqué elegir Teleduc para capacitar?

Compromiso con la calidad

Nº1 de habla hispana en Latinoamérica Ranking QS 2024 y certificada bajo la NCh 2728.

Proceso de mejora continua

Revisamos sistemáticamente nuestros cursos para asegurar que se cumplan nuestros estándares de calidad.

Diseño de cursos acorde a tus necesidades

Diseñados por expertos en educación a distancia, nuestros cursos presentan contenidos teóricos y prácticos para aplicarlos a situaciones concretas.

Cobertura nacional e internacional

Accederás a la plataforma educativa virtual desde cualquier lugar con conectividad a internet sin importar tu ubicación geográfica.

Efectividad y flexibilidad

Las actividades se desarrollan en forma 100% remota, lo que permite entregar flexibilidad en los horarios, de esta manera podrás distribuir tu tiempo y ser autónomo en tu proceso de aprendizaje.

Más de 40 años de experiencia

Somos la institución con mayor experiencia en educación a distancia de Latinoamérica.

Sistema tutorial

El proceso de enseñanza-aprendizaje se acompaña de un tutor, quien tendrá un rol de mediador y facilitador.

Certificación UC

Nuestros alumnos, al aprobar, reciben una certificación de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Admisión y matrículas

Proceso de matrícula

Valor pesos: \$140.000*

Valor dólar: \$150 dólares*

Web Pay Tarjeta de Crédito

Web Pay Tarjeta de Débito – RedCompra.

(*) Precio válido solo por el día 04/05/2024.

Este programa requiere un número mínimo de matriculados para dictarse y puede sufrir cambios tanto en la programación como en el cuerpo docente, por razones de fuerza mayor.

Requisitos de aprobación

Para la aprobación del curso, el alumno debe haber obtenido al menos la calificación mínima (4.0) en su promedio ponderado de las actividades evaluadas. Los alumnos que aprueben las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Nota: Las personas que no cumplan con el requisito de aprobación no recibirán ningún tipo de certificación.
