

Técnicas de marketing digital



Técnicas de marketing digital

Detalle del Curso

Fecha inicio y término: 04 Marzo, 2021 al 01 Abril, 2021

Modalidad: Online

Tipo: Curso

Valor pesos: 260.000

Valor dólar: 390

Horario: Se recomienda 1 hora de dedicación diaria

Duración: 30 horas cronológicas / 40 horas pedagógicas

Jefe de Programa: Luz Montero Ossandón

Descripción

Este curso en línea 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 peneración 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's y audiencias entre otros elementos, para situar al Marketing Digital como un proceso general de Marketing.

Módulos

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.
- Ominicanalidad 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

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 KPI's del Marketing Digital
- Medición de la interacción en la comunidad
- Evaluación de campañas, impacto y alcance
- Tipos de reporte.
- Desarrollo de casos

Equipo Docente

Jefe de Programa

Luz Montero Ossandón

Directora UC online. Académico Facultad de Medicina, Post título en Medicina Familiar, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Profesor

Christian Oros Nercelles

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 diversos 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

Metodología y Certificación

- El curso es 100% online y utiliza metodología basada en el constructivismo, en donde el alumno es el actor principal de su propio aprendizaje.
- Los alumnos que cumplan las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Admisión y Matrículas

Proceso de matrícula

- Valor pesos: 260.000
- Valor dólar: 390

- Valor pesos convenio: \$65.000 afiliados y cargas Caja los Andes

MODO DE PAGO

- Web Pay Tarjeta de Crédito
- Web Pay Tarjeta de Débito – RedCompra.

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.

Otros beneficios

- 75% Afiliados y cargas de Caja los Andes.
- 50% Beca alumnos extranjeros.
- 15% Descuento ex alumnos UC, ex alumnos DUOC UC, funcionarios UC y profesionales de servicios públicos.
- 10% Descuento grupo de tres o más personas de una misma institución, funcionarios empresas en convenio.
- 5% Descuento estudiantes de postgrado otras universidades.

Descuentos no acumulables, y válidos sólo al momento de la matrícula.

