



Seminario

Marketing Digital

Presentación

El Marketing Digital es una de las principales herramientas estratégicas de multinacionales, MiPymes y emprendimientos. Desde dar a conocer, posicionar y comunicar al cliente, hasta generar lealtad a una marca, servicio o producto, e incluso como canal principal de venta, reduciendo los costos de marketing.

En este taller conocerás y comprenderás los retos de la marca, la comunicación, el mercadeo en la era digital y conocerás herramientas para estructurar, implementar, gestionar, medir y analizar acciones, y procesos de mercadeo en canales y medios digitales, considerando los aspectos estratégicos y tácticos, desarrollando las capacidades necesarias para los nuevos retos del mercado y de los consumidores.

Tendrás una mediación entre la teoría y la práctica desde una perspectiva estratégica, donde no únicamente se presentan los conceptos, sino también las herramientas y medios digitales para el cumplimiento del objetivo y competencias del taller.

Para hacer marketing digital eficiente, se requiere de un alto componente práctico que permita enlazar los conceptos teóricos con la ejecución real a través del aprendizaje del manejo de plataformas digitales en buscadores (Google AdWords), en redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube), de email marketing y e-commerce.

Con este taller tendrás la oportunidad de actualizarte con la información en tendencia e innovadora en tu área de trabajo para que la apliques en tu empresa, emprendimiento o la vida profesional.

Objetivo General: el taller de Marketing digital busca comprender el nuevo comportamiento del consumidor digital y adquirir algunas herramientas para diseñar estructuras que permitan gestionar, medir y analizar los procesos de compra en canales y medios digitales.

Así mismo, adquirir las bases del entorno digital y herramientas necesarias para la planificación y ejecución de estrategias de marketing digital, enfocadas a hacer y crecer negocios a través de internet.

Población Objetivo: responsables de comunicación, ventas y servicio al cliente de una marca. Emprendedores de pequeñas y medianas empresas que buscan incursionar en la comercialización digital de su producto o servicio.

Dirigido a personas empresarias, emprendedoras y profesionales que deseen conocer desde cero y algunos elementos de una estrategia de marketing digital, con la posibilidad de adquirir los conocimientos y herramientas en la planificación de una estrategia digital.

Tipo de acción formativa: seminario 24 horas.

Modalidad de acción formativa: virtual con tutor en vivo.

Competencias a adquirir por el participante:

- Identificar los diversos canales y medios digitales actuales empleados en el mercadeo, para que a partir de ellos se establezca el diseño de estrategias integrales de mercadeo digital.
- Conocer herramientas que permitan metodologías para diseñar y planificar estrategias de identidad de marca de alto impacto.
- Reconocer el canal apropiado para el despliegue de una estrategia de mercadeo digital.
- Identificar los elementos diferenciales de una estrategia de contenidos web o campañas de redes sociales efectivas.

Estructura temática

Módulo 1. Generalidades del Marketing Digital

1. Que es el Marketing Digital.
2. Terminología de Marketing Online.
3. Canales de Marketing Online.
4. Estrategia de Marketing Online.

Módulo 2. Sitio web optimizado para Marketing Online

1. Elección de un nombre de dominio, hosting, consejos y recomendaciones.
2. La importancia de la página de aterrizaje.
3. Escribiendo contenido atractivo.
4. Optimizando el sitio web para conversiones.

Módulo 3. Marketing en motores de búsqueda

1. Introducción al Marketing en motores de búsqueda.
2. Tipo de campañas en Google.
3. Sinergia entre SEO y SEM.
4. Midiendo el éxito de la estrategia en motores de búsqueda.

Módulo 4. Marketing en Redes Sociales

1. Crear una estrategia de Marketing en Redes Sociales.
2. Marketing en Facebook.
3. Marketing en Instagram.
4. Marketing en LinkedIn.
5. Marketing en videos.
6. Midiendo el éxito de la estrategia en redes sociales.

Módulo 5. Marketing Digital

1. Email Marketing.

- a. Crear una estrategia de Email Marketing.
- b. Plataformas de Email Marketing.
- c. Midiendo el éxito de la estrategia en redes sociales.

2. Marketing de Contenidos.

- a. Creando un plan de contenidos.
- b. Midiendo el éxito de un plan de contenidos.

Duración: 24 horas.

Criterios de aprobación y certificación: 80% de asistencia al proceso de formación.

Contáctanos

Lina María Hurtado Martínez

Correo: lmhurtadom@ucompensar.edu.co / **Cel.:** 315 490 5594

entrenamientocorporativo@ucompensar.edu.co