

CURSO	:	MARKETING DIGITAL 1
DURACIÓN	:	32 Horas (8 Sesiones o 16 Sesiones)
PRE – REQUISITO	:	Conocimiento de Internet

## SUMILLA

Con este curso estarás en la capacidad de desarrollar estrategias de marketing digital, usando las herramientas necesarias para potenciar tu marca, empresa o negocio, lograrás crear contenidos y optimizar tus campañas para alcanzar objetivos de manera eficiente. Generar más ventas, a través de la inversión digital usando google ads y social media. Aprenderás a medir tus objetivos con Google Analytics y crear tableros de control con Google Data Studio. Finalmente estarás en la capacidad para poder definir una estrategia digital, planificarla y presentarla de manera profesional.

SES	CONTENIDO
1	<b>Introducción</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al marketing digital</li> <li>• Omnicanalidad</li> <li>• El prosumidor</li> </ul>
2	<b>Estrategia de Marketing Digital</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia de Marketing: ¿Qué es una estrategia? ejemplos</li> <li>• Metodologías de organización de estrategias y sus principales KPI's</li> </ul>
3	<b>Audiencias y Planificación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Audiencias: Buyer persona, consumer journey, audiencias, tendencias y segmentos</li> <li>• Plan y mix de medios para el corto, mediano y largo plazo</li> </ul>
TRABAJO	Elabora un sitio web usando una plataforma libre como Google Sites, este sitio web debe tener una estrategia identificando a quiénes estará dirigido y cuáles serían los objetos dentro del sitio web.
4	<b>Fundamentos técnicos: Sitios webs y Apps</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Audiencias: Buyer persona, consumer journey, audiencias, tendencias y segmentos</li> <li>• Plan y mix de medios para el corto, mediano y largo plazo</li> </ul>
5	<b>Fundamentos técnicos: Tags de seguimiento</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios de usar Google Tag Manager</li> <li>• Función de los tags y ejemplos</li> <li>• Google Analytics básico y su instalación</li> </ul>
6	<b>Fundamentos técnicos: UX y SEO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La experiencia de usuario en acciones de marketing (User Experience)</li> <li>• Principios de SEO</li> </ul>
TRABAJO	Crea una cuenta de empresa en Facebook, una cuenta en instagram y una cuenta en LinkedIn, los cuales deberán contar con 2 publicaciones que generen tráfico hacia tu sitio web.

7	<p><b>Contenidos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenidos Digitales y formatos según tus objetivos</li> <li>• Storytelling</li> <li>• Escribir para buscadores como Google - SEO Content y Blogs</li> </ul>
8	<p><b>Social Media</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook, Instagram (Shopping &amp; IGTV)</li> <li>• Twitter, LinkedIn</li> <li>• Otros tipos de redes sociales, su uso y beneficios para tu marca</li> </ul>
9	<p><b>Monetización e Influenciadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de Youtube y cómo generan ingresos</li> <li>• Ganar dinero con tus contenidos en Blog</li> <li>• Modelos de afiliación</li> <li>• Influenciadores, cómo elegirlos y cómo convertirte en uno</li> </ul>
TRABAJO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asociar una cuenta en Facebook Business y crear una primera campaña de publicidad, el objetivo es promocionar un contenido de Facebook e Instagram.</li> <li>2. Crear una cuenta en Google Ads y crear una primera campaña que promocione uno de los videos de tu canal de Youtube.</li> </ol>
10	<p><b>Social Ads</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook Ads</li> <li>• LinkedIn Ads</li> <li>• Twitter Ads</li> </ul>
11	<p><b>Google Ads</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Search Ads (SEM)</li> <li>• Google Display Network</li> <li>• Youtube Ads</li> <li>• Remarketing</li> </ul>
12	<p><b>Email Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inbound Marketing</li> <li>• Retención y fidelización de clientes</li> <li>• Email Marketing</li> <li>• Marketing Automation</li> </ul>
TRABAJO	<p>Definir los indicadores de éxitos que deberías de medir y realizar un dibujo de cómo te gustaría verlos, así mismo crear una cuenta en Google Data Studio.</p>
13	<p><b>Atención al cliente - Introducción al CRM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de Facebook Messenger como gestión de clientes</li> <li>• Uso de Whatsapp Business</li> <li>• Mensajes automatizados y chatbots</li> </ul>
14	<p><b>Métricas y Dashboards</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de KPI's y ejemplos</li> <li>• Google Analytics, métricas y reportes</li> <li>• Google Data Studio, integrar datos y construir tableros de control</li> </ul>

**15**

**Plan de inversión**

- Definición de KPI's y metas para cada acción de tu campaña
- Obtener los resultados por acción, fuente y medio
- Crear un cuadro de costo completo
- Cómo presupuestar y monetizar servicios de un freelance o proveedor

**16**

**EXAMEN FINAL: Presentación y exposición de trabajos finales.**

**Informes e Inscripciones**

Av. Benavides 715, Miraflores

Telf: 242-6890 / 242-6747

arteydiseno@ipad.edu.pe

[ipad.pe](http://ipad.pe)