

CURSO ESPECIALIZADO
ONLINE EN
**MARKETING
DIGITAL**
[CEOMD]



Aprende a comunicar con éxito tu producto o servicio a través de Internet y los nuevos medios digitales (mobile marketing, geolocalización, TV digital). Además conocerás temas como usabilidad, SEO y comercio electrónico.

TEMÁTICA

Diseño y creación de un Plan de Marketing Digital	Usabilidad y experiencia del usuario: Cómo hacer productos digitales enfocados al usuario	Search Engine Optimization (SEO): Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural
Search Engine Marketing (SEM): Fundamentos, opciones y puntos importantes en la Estrategia SEM	Social Media Strategy: La integración de las Redes Sociales en nuestro plan de medios digital	Inbound Marketing
Análítica Web: Cómo medir y optimizar los procesos críticos de nuestra web	Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital	Estrategias de Fidelización y Vinculación a través de internet
Mobile marketing	Aspecto Legales del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital	

MODALIDAD 100% ONLINE



(Duración 3 meses)

METODOLOGÍA

- ▶ **100% Networking:** Acompañamiento personalizado, contutorías periódicas.
- ▶ **Lifelong Learning:** disfruta de distintos workshops con profesionales en activo.
- ▶ Indicador de progreso de consumo para facilitar el seguimiento al alumno.
- ▶ Webinars en directo y grabados para su autoconsumo flexible.
- ▶ Documentación descargable en PDF.
- ▶ Con nuestra Aula Virtual puedes acceder a los contenidos del curso 24 horas, 7 día a la semana.
- ▶ Desarrollo profesional con compañeros de los 5 continentes, opciones internacionales y contacto directo con otros mercados.
- ▶ Test de autoevaluación para que el alumno se asegure de que conoce conceptos clave.
- ▶ Proyecto final tutorizado sobre empresa real.

PERFILES PARA LOS QUE TE PREPARA EL CEOMD

- ▶ Responsables de Marketing y Comunicación.
- ▶ Responsables de Publicidad.
- ▶ Jefe de proyectos.
- ▶ Responsables de E-commerce
- ▶ Responsables y profesionales de desarrollo de negocio.
- ▶ Profesionales de agencias y consultoras interactivas.
- ▶ Gerentes de PYMES.

PROGRAMA

1. Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

- ▶ Estrategias competitivas en un entorno crecientemente digital, unipersonal y global
- ▶ Relación cadena de valor: anunciantes, agencias, centrales de medios, medios digitales.
- ▶ Grandes tendencias en el mercado digital.
- ▶ Definición y objetivos de un Plan de Marketing Digital.
- ▶ Segmentación y definición del público objetivo en Internet y herramientas de la comunicación digital.
- ▶ Elaboración de un plan de comunicación y promoción en Internet.
- ▶ Métricas del marketing digital.
- ▶ Los factores de éxito para hacer una buena estrategia digital.

2. Prueba de Conexión Alumnos Online

3. Usabilidad y experiencia de usuario: Cómo hacer productos digitales enfocados al usuario

- ▶ Un concepto clave para el éxito de una página web: la usabilidad y la experiencia de usuario.
- ▶ Definición y atributos
- ▶ Principios para conseguir una buena usabilidad
- ▶ Facetas de la experiencia de usuario
- ▶ Como conseguir productos digitales exitosos (Diseño centrado en el usuario).
- ▶ Conceptualización de productos digitales (técnicas de investigación: co-design, diarios online, encuestas, etc.)
- ▶ Arquitectura de información (cardsorting, criterios de organización, etc).
- ▶ Prototipado (wireframes).
- ▶ Técnicas de evaluación y testing (test de usabilidad, test en remoto, eyetracking, evaluaciones heurísticas).
- ▶ Métricas de la experiencia de usuario (cómo medir y optimizar un producto digital).

4. Webinar: Plan de Marketing digital

5. Webinar usabilidad y experiencia de usuario: Cómo hacer productos digitales enfocados al usuario

6. Search Engine Optimization (SEO): Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural

- ▶ Herramientas de búsqueda
- ▶ Funcionamiento de los buscadores: Indexado
- ▶ Optimización de páginas Webs
- ▶ Planificación y Estrategia para un óptimo posicionamiento

- ▶ Posicionamiento en Google
- ▶ Posicionamiento en otros buscadores principales
- ▶ Evitar técnicas penalizadas por los buscadores
- ▶ Estudios sobre la posición en los resultados de búsquedas

7. Webinar: SEO

8. Search Engine Marketing (SEM): Fundamentos, opciones y puntos importantes en la Estrategia SEM

- ▶ Objetivo de un buscador.
- ▶ Terminología básica SEM.
- ▶ SEO vs SEM.
- ▶ Cómo calcula Google el ranking de los anuncios en Google Adwords.
- ▶ Opciones en Google Adwords.
- ▶ Características y componentes de una Cuenta de Google Adwords.
- ▶ La estrategia SEM, definición de puntos básicos.

9. Webinar: SEM

10. Social Media Strategy: la integración de las principales redes sociales en objetivos y estrategias de negocio

- ▶ Social Media Strategy: la integración de las principales redes sociales en objetivos y estrategias de negocio.
- ▶ Centrando el objetivo: ¿cuándo se realiza un proyecto de marketing en redes y medios sociales?
- ▶ Beneficios concretos: alcance de objetivos, control y medición de resultados.
- ▶ Redes sociales de ocio y profesionales.
- ▶ Medios sociales: hablemos de blogs.
- ▶ Sindicación de contenido y podcasts.

11. Webinar: Social Media Strategy

- ▶ La integración de las principales redes sociales en objetivos y estrategias de negocio.

12. Inbound marketing

- ▶ Ciclo de compra
- ▶ El inbound marketing como innovación en el marketing: introducción a la metodología
- ▶ Relación entre el ciclo de compra, el blog y la página Web
- ▶ Frecuencia de publicación vs. captación de tráfico
- ▶ ¿Cómo optimizar on page la página Web y el blog? Mapa de enlaces internos

- ▶ Difusión de nuestro contenido
- ▶ La conversión en el inbound marketing
- ▶ ¿Qué son leads nurturing y leads scoring?
- ▶ Analítica y KPIs Inbound Marketing

13. Analítica Web: Cómo medir y optimizar los procesos críticos de nuestra web

- ▶ Visión analítica Web
- ▶ Indicadores claves de rendimiento.
- ▶ Tipos de herramientas.
- ▶ Google Analytics.
- ▶ Segmentación Avanzada.

14. Webinar: Analítica Web

15. Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital

- ▶ Los modelos de negocio en Internet.
- ▶ El ROI en Internet; fundamentos y cuestiones generales.
- ▶ Métodos de cálculo de ingresos en Internet.
- ▶ Métodos de cálculo de optimización de costes en Internet.
- ▶ Cálculo de costes (OPEX) en Internet.
- ▶ Cálculo de inversiones en (CAPEX) en Internet.
- ▶ La prima de riesgo, el TIR, el VAN y el Payback.
- ▶ Entrega de calculadora ROI (excel) al final del ejercicio.

16. Webinar: Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital

17. Estrategias de Fidelización y Vinculación a través de internet

- ▶ Objetivos de fidelización digital económicos
- ▶ Creación de un Programa de fidelización online
- ▶ Plan de incremento de valor de clientes: segmentación, personalización, plan de contactos
- ▶ Generación de visitas fieles
- ▶ Acciones de fidelización sobre el tráfico del sitio Web
- ▶ Customer Churn Analysis: Parámetros, cálculos e indicadores

18. Mobile marketing

- ▶ Mobile Marketing: Entendimiento del medio: Hacia la movilidad total. Evolución, herramientas y usos.
- ▶ Las capacidades del móvil.

- ▶ Mobile marketing y las (nuevas) aplicaciones móviles en el marketing.
- ▶ Planificación de la estrategia de comunicación móvil.
- ▶ Establecimiento de los objetivos de la campaña móvil: Tipos de campañas según objetivos.
- ▶ Métricas: Análisis y resultados.
- ▶ Internet Mobile.
- ▶ Geolocalización: de lo universal a lo local: Geotags que son y para qué sirven.
- ▶ La web geográfica.
- ▶ Aplicaciones geográficas.
- ▶ Google maps y sus aplicaciones y publicidad.
- ▶ Geolocalización en el teléfono, clasificados, recomendaciones locales, directorios.
- ▶ Comunidades y Redes Sociales locales.
- ▶ Aplicaciones que integran webs, geotaging y móvil.

19. Las claves para crear una tienda online

- ▶ Planificación y Desarrollo de un Plan Estratégico de Comercio Electrónico.
- ▶ Puesta en marcha de un negocio online: El Back End necesario.
- ▶ Las claves para la construcción de una website de éxito en comercio electrónico.
- ▶ Cómo lograr e incrementar las ventas de clientes en Comercio Electrónico.
- ▶ Medios de pago online y Comercio Electrónico Móvil.
- ▶ Cómo Gestionar el "Fulfillment" y la Logística en el Comercio Electrónico de productos físicos.
- ▶ Comercio Electrónico en un Entorno B2B.
- ▶ Cuadro de Mando Integral: la Optimización de la Gestión de Información de Clientes en E-Commerce.
- ▶ Aspectos jurídico-prácticos de los contenidos publicitarios en el entorno digital y comercio electrónico.

20. Aspecto Legales del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital

- ▶ Los fundamentos legales aplicados a procesos y negocios digitales:
 - Marketing Digital: base de datos, comunicaciones, publicidad digital, analítica de comportamiento del usuario.
 - Contenido: creación, divulgación, comentarios.
 - Ventas a través de internet: legislación países, garantías, devoluciones.

21. Webinar: Inbound marketing

22. Webinar: Mobile marketing

*Curso sujeto a posibles cambios.