

CURSO ESPECIALIZADO  
ONLINE EN

# MARKETING DIGITAL

[CEOMD]



# Curso Especializado Online en MARKETING DIGITAL

---

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.

## COMPETENCIAS

- 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.
- Analítica 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.

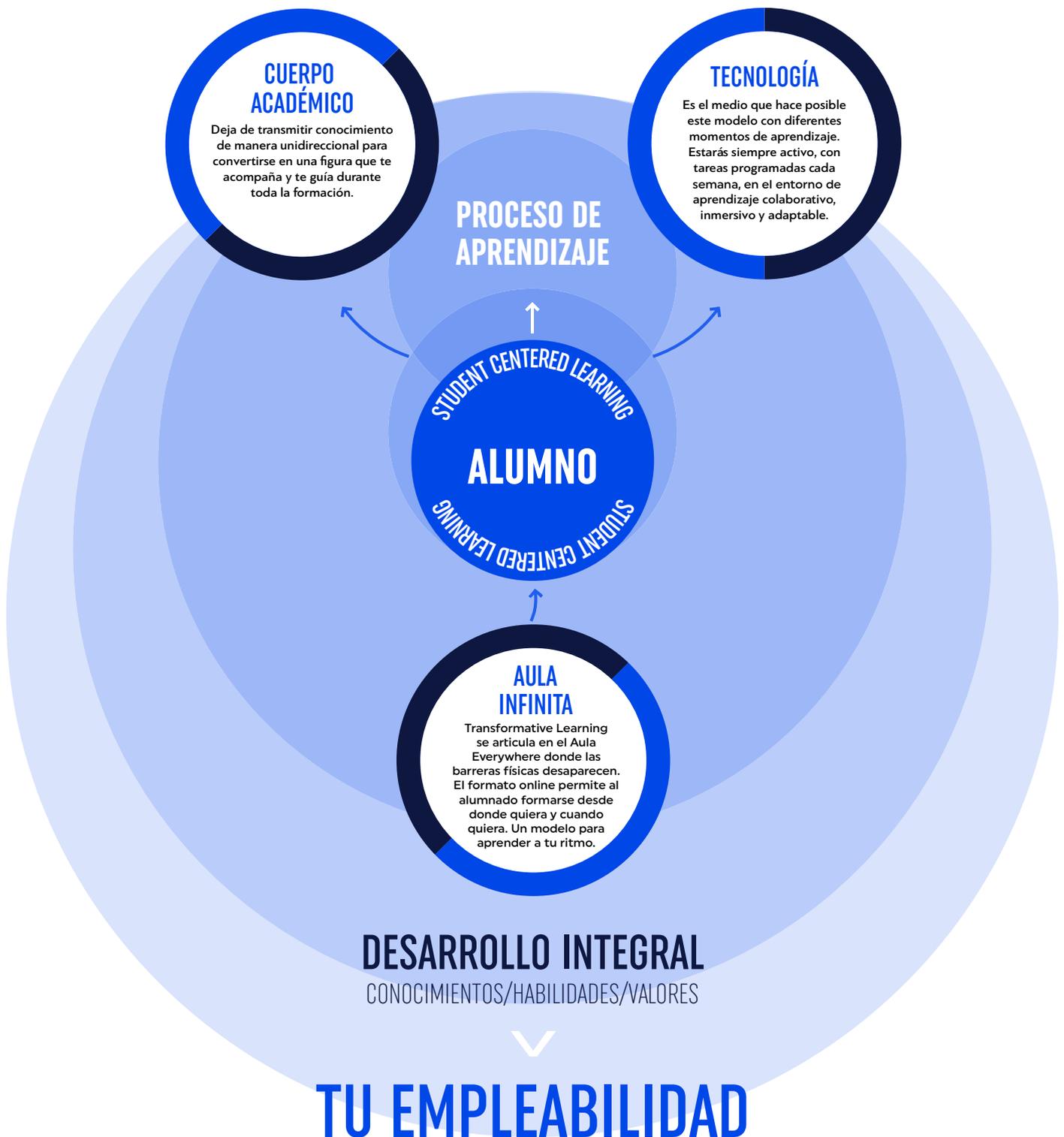
## PERFIL DE SALIDA

- › 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.

<b>Formato</b>	<b>Online</b>
<b>Idioma</b>	<b>Español</b>
<b>Duración</b>	<b>12 semanas</b>
<b>Proyecto final tutorizado</b>	
<b>Examen final</b>	



# TRANSFORMATIVE LEARNING



# METODOLOGÍA

## Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

## ¿En qué consiste?

### **Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.**

Documentación

- Programa completo.
- Asignación de temas y clases por semana.
- Documentación elaborada por profesionales del sector.
- Bibliografía y links de interés.

Documentación en Easy Generator

- Contenidos ONLINE.
- Descargables en PDF.
- Indicador y marcador de progreso.

### **Sesiones online sincronicas y asincronicas**

- Se recomienda asistir a todos los webinars e interactuar con el profesor y los compañeros.
- Los webinars son sesiones online de una hora aprox. impartidas por un profesional, miembro del consejo de expertos del curso. Estas sesiones tratarán sobre temas o materias relevantes, pudiendo el alumno interactuar con el ponente en tiempo real.
- Las sesiones serán grabadas y podrás encontrarlos en el aula virtual después de su impartición.
- Horario habitual entre las 19:00h. y las 21:00h. (hora España).
- Las fechas y horarios puedes encontrarlas disponibles en el aula virtual desde el 1er día de inicio del curso.
- En total son 10 webinars durante el curso.

### **Autoevaluación**

Al final de cada tema hay un test de autoevaluación para asegurarte que aprendes lo previsto.



### **Aplicación de casos de estudios y empresas reales**



### **Apoyo tutorizado y feedback**

4 tutorías en directo, una tutoría cada mes, con una de ellas al inicio con la explicación del curso.



### **Actividades prácticas y experienciales**



### **Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales**



### **Proyecto final y examen final para la obtención del título**

# PROGRAMA

## **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.

## **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.
- > Cómo 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).

### **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.

### **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.

## **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.

## **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.

## **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.

## **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.

## **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.

## **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.

### **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.

### **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.

# CLAUSTRO DE PROFESORES

**Alexis Gerardo Petit**

COO - Chief Operating Officer  
DobleO Agencia de Marketing Digital

**Alejandro Antonio Mas**

Socio Director Experiencia Digital  
Good Rebels

**Alejandro Domínguez**

Head of Marketing  
Verti Seguros

**Alejandro López-Rioboo**

Executive Director  
Antípodas Digital

**Carlos Rodrigo**

Responsable de los canales digitales  
Movistar Prosegur Alarmas

**Cristóbal Álvarez**

Director General  
Social and Sons

**Jaime Martínez-Brocal**

Socio Director  
Táktice / Behave4

**Juanjo Monge**

Head Of Sales, Southern Europe  
Adjust

**Mónica Díaz-Ponte**

Managing Director  
Digital Addiction

**Victor Orizaola**

Consultor SEO SEM  
Pinchaaqui.es



**MADRID**

91 452 41 00

info.madrid@esic.edu

**BARCELONA**

93 414 44 44

info.barcelona@esic.edu

**VALENCIA**

96 361 48 11

info.valencia@esic.edu

**SEVILLA**

95 446 00 03

info.sevilla@esic.edu

**ZARAGOZA**

97 635 07 14

info.zaragoza@esic.edu

**MÁLAGA**

95 202 03 69

info.malaga@esic.edu

**PAMPLONA**

94 829 01 55

info.pamplona@esic.edu

**BILBAO**

94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

**GRANADA**

95 822 29 14

master@esgerencia.com

OCTUBRE 2021