

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.

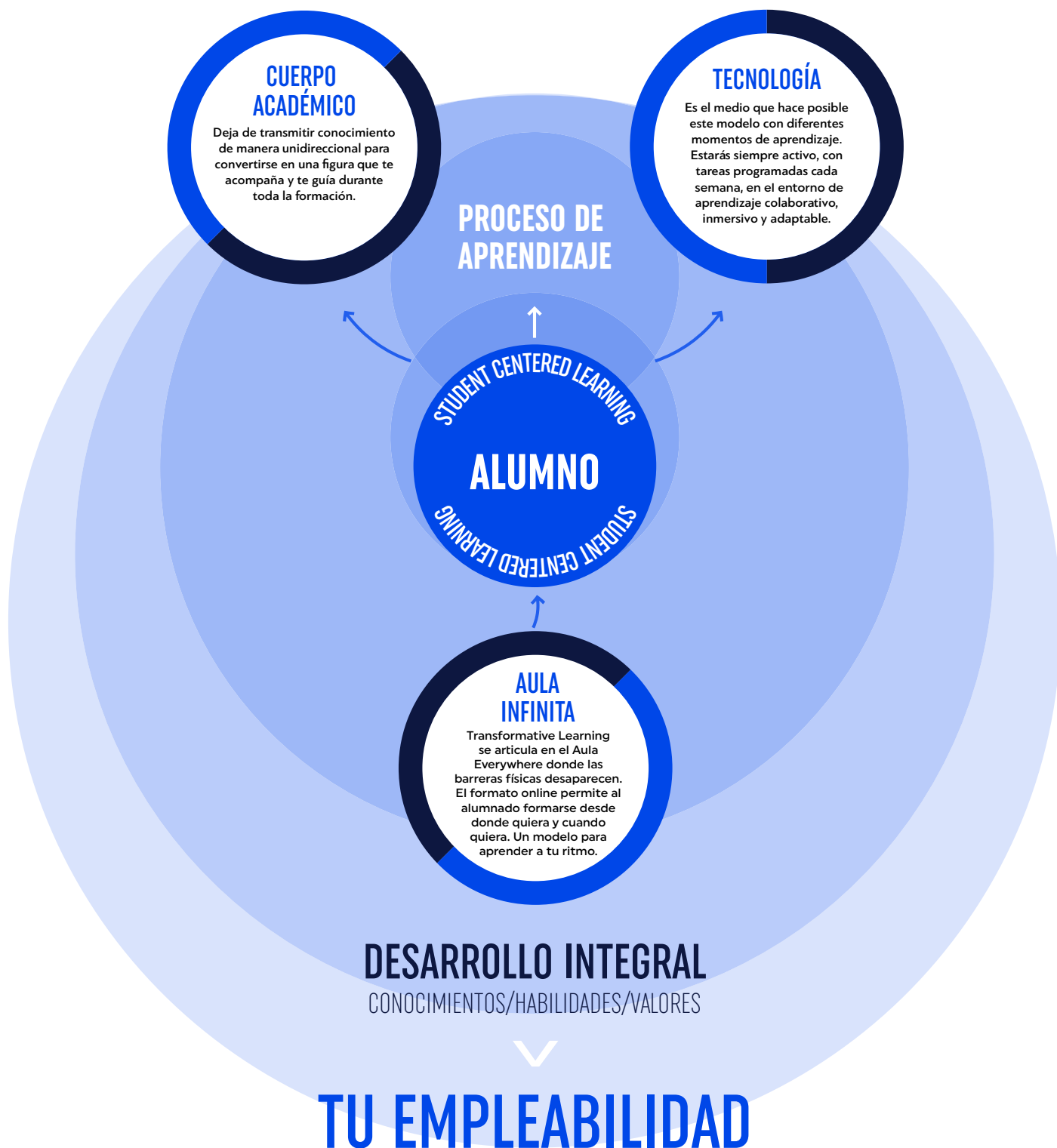
PERFIL DE SALIDA

- › 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.

Formato	Online
Idioma	Español
Duración	12 semanas
Proyecto final tutorizado	
Examen final	



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.
- 
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
- 
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.

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