POSTGRADO ONLINE EN

MARKETING DIGITAL

[PSOMD]

ESIC Business & Marketing School

+55 años

formando profesionales globales en marketing, management y tecnología

Fundada en 1965 con la misión de formar profesionales que den respuesta a las necesidades cambiantes de la Empresa y la Sociedad desde un punto de vista ético. Nuestra alta vinculación con el entorno empresarial nos ha facilitado enlazar docencia y realidad empresarial, dotando a todos los programas de la flexibilidad que permite al alumnado salir de nuestras aulas realmente capacitado para enfrentarse a los retos actuales de organizaciones modernas con posibilidades reales de éxito, siendo además motores de cambio en las mismas.

Son más de cinco décadas en las que hemos generado programas innovadores impartidos por un profesorado cualificado de excelente perfil académico, probada experiencia docente y reconocida trayectoria profesional. Además, promovemos un elevado número de actividades donde contamos con la presencia de relevantes miembros de la empresa: conferencias, foros, masterclass, practice days, etc.

+62.000 Antiguos alumnos

11 Campus en España y alianzas estratégicas en 5 continentes

Acuerdos con +125 universidades

Primeras posiciones en rankings empresariales

La calidad de nuestros programas está avalada por acreditaciones y certificaciones nacionales e internacionales:

Rankings y Reconocimientos

[Posicionados entre los mejores]

Importantes medios de comunicación nacionales e internacionales, así como otras instituciones de prestigio, han reconocido la calidad de los programas de ESIC, premiando su liderazgo y situándolo en las primeras posiciones de múltiples rankings.

Forbes

1	1	1	1
España Nuevos graduados y jóvenes profesionales	**España** Directivos de alto nivel	**España** MBA	**España** Programas Executive

EL MUNDO

1	1	3	4
España Marketing	**España** Comercio Exterior	**España** Recursos Humanos	**España** Comunicación Corporativa

Bloomberg Businessweek

23
Europa Escuela de Negocios

QS

12	34	34	34	50
Europa Logística	**Europa** Executive MBA	**Europa** Business Analytics	**Europa** Marketing	**Europa** Management

Poets & Quants

51	64	51
Europa MBA	**Europa** Finanzas	**Global** MBA especialidad en Marketing

The Economist

40	87
Global Escuela de Negocios	**Global** Escuela de Negocios

América economía

5	19
Global Mayor selección de programas en áreas de Marketing, Tecnología y Ventas	**Global** Escuela de Negocios

youth incorporated

37	41	47	49	85
Global Executive MBA	**Global** Management	**Global** Marketing	**Global** Finanzas	**Global** Escuela de Negocios

THE World University Rankings

4	24
Global Finanzas	**Global** MBA

EXPANSIÓN

30	41
Global Escuela de Negocios	**Global** Executive MBA

FSO Ranking

1	5
Ibero América Marketing Digital Online	**Ibero América** Centro de Formación Online

elEconomista

5
Ibero América Innovación Digital

merco

2	2	2	57
España Empresa con mayor reputación en el Sector Formación	**España** Universidad y Escuela de Negocios con mayor capacidad para atraer y retener talento	**España** Universidad y Escuela de Negocios en Responsabilidad y Gobierno Corporativo	**España** Eduardo Gómez Martín, Director General de ESIC, Líder de empresa

Institucional Escuela de Negocios

POSTGRADO ONLINE EN

MARKETING DIGITAL [PSOMD]

PROPÓSITO DEL POSTGRADO

Aprende a integrar y aprovechar al máximo los actuales medios digitales en las estrategias de marketing, ventas, publicidad y comunicación de tu marca.

DIRIGIDO A

> Responsables de las áreas de marketing y comunicación.
> Jefes de producto.
> Responsables de gestión de clientes.
> Responsables de publicidad.
> Responsables de tecnologías.
> Responsables de comercio electrónico.
> Responsables y profesionales de desarrollo de negocio.
> Profesionales de agencias de publicidad.
> Gerentes de PYMES.

OBJETIVOS Y KNOW-HOW

> Conocer el plan de marketing digital, plan de comunicación y promoción en Internet, con sus métricas y teniendo siempre presente el ROI.
> Crear y desarrollar campañas de SEM y optimización del SEO.
> Medir y optimizar procesos en nuestro sitio con la analítica web.
> Generar y cualificar leads, a través del email marketing, social media, acciones co-branded, RRPP 2.0, buzz, viral marketing...
> Fidelizar y vincular a los clientes, gestionando la relación con ellos e incrementando su valor.
> Entender la usabilidad para crear webs pensadas en tus clientes.
> Aprender las claves del comercio electrónico para crear una tienda en Internet.
> Integrar las redes sociales en la relación y experiencia de los clientes con la marca.

METODOLOGÍA

¿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.
- Videos de tutorías y webinars (clases).
- Bibliografía y links de interés.

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

Sesiones online síncronas y asíncronas

- 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.
- 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

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. Tutoría Online 01

3. Digital Customer Journey

> El cliente digital, nuevos hábitos y expectativas de clientes
> Customer Journey y su gestión en entornos digitales
> Social Customer Journey
> Claves de experiencia de compra
> Innovación en experiencia de compra
> Buyer Persona
> Micromomentos
> Principios de economía conductual

4. Webinar: Plan de Marketing digital

5. Experiencia de Usuario (UX)

> Un concepto clave para el éxito de una página web: la usabilidad y la experiencia de usuario
> Definición y atributos
> Usabilidad y ROI
> Cómo conseguir páginas web exitosas (Diseño centrado en el usuario): Análisis y requisitos
> Técnicas de investigación de usuarios (Benchmarking, entrevistas, encuestas, etc)
> Arquitectura de información (cardsorting, criterios de organización, etc)
> Prototipado (wireframes)
> Técnicas de evaluación y testing (test de usabilidad)
> Usabilidad en web mobile

6. Tutoría Online 02

7. 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

8. Webinar Search Engine Optimization (SEO): Cómo optimizar el posicionamiento de NUESTRA TIENDA ONLINE en buscadores de manera natural

9. 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

10. Webinar: SEM/ desarollo y aplicación de estrategias

11. Google Adwords vs Adwords Editor: Diferencias entre Interfaces e Implementación de Campañas

- Diferencias entre la interfaz de adwords y Adwords Editor
- Creación de campañas, grupos de anuncios, keywords, landings y realización de modificaciones en la interfaz de adwords
- Creación de campañas, grupos de anuncios, keywords, landings y realización de modificaciones en adwords editor

12. Webinar: Google Adwords vs Adwords Editor: Diferencias entre Interfaces e Implementación de Campañas

13. Generar y cualificar leads en Marketing Digital

- Planificación de Estrategias de Captación
- Las claves para comunicar de manera eficaz a través de la web
- E-mail marketing y creación de sites para campañas de promoción
- Product Placement, comunicación y relaciones públicas en internet
- Identificación de sites afines para acciones co-branded
- E-Retailer o como promocionar a través de webs del distribuidor
- Social media y publicidad contextual
- Generación de base de datos a través de medios online
- Buzz Marketing: Word-of-Mouth Marketing, Buzz, Viral y Marketing de Guerrilla

14. Tutoría Online 03

15. 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

16. 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

17. Webinar: Inbound marketing

18. Marketing Automation

- Marketing Automation, conceptos y ámbitos de uso
- Descripción de las soluciones más relevantes del mercado
- Fases de implantación de un proyecto de Marketing automation
- Configuración de los SFP, Delegación de subdominio, punteros de DNS; DKIM y sender score
- Canales de contacto con los clientes y visión holística
- Reporting de las plataformas de Marketing Automation
- Salesforce Marketing Cloud

19. WEBINAR: Marketing Automation

20. E-mail marketing

- Fases de creación de un email
- A quién: listas propias y externas
- El qué: USP, oferta, características y beneficios, early-birds, garantías
- El cómo: elección de formato: ¿concierto para una nota?
- Estructura: AIDA aplicada al e-mailing
- Credibilidad: qué hacer cuando un oso os persigue
- La parte gráfica del e-mail
- Métricas y tests en el e-mail
- El caso particular de las news-letters
- La maravilla de los "auto-responders": series de e-mails que derriban murallas

21. Webinar: Email marketing.

22. Estrategia y Planificación de Medios

- Principales actores del mercado publicitario online.
- Fuentes de la Información en los medios Digitales,
- Planificación y contratación de medios
- Principales herramientas de planificación.
- Segmentación por comportamiento: Behavioural Marketing, Retargeting
- Funcionamiento de la publicidad programática
- Modelos de atribución.
- Negociación y compra de campañas.
- Cuadro de Mando de control de inversión publicitaria
- Mobile

23. Webinar: Estrategia y Planificación de medios

24. Las métricas y el análisis de resultados de la inversión en los medios digitales

- Adservers
- Funcionamiento y tipos
- Trafficking
- Conceptos
- Seguimiento de campañas
- Métricas tradicionales, seguimiento de campaña y otras métricas a tener en cuenta: GRPs digitales
- CrossMedia
- Interacciones: Número, Tiempo y Coste por Engagement.

25. Webinar: Las métricas y el análisis de resultados de la inversión en los medios digitales

26. Compra Programática: Estrategia y Técnica

> Conceptos básicos: Qué es la compra programática vs el RTB.
> Ventajas de la compra programática y principales actores.
> Historia de la programática y cuando usarla.
> ¿Qué es un DSP (Demand Side Platform)?
> ¿Cómo funciona un DSP?
> Los Trading Desks, el Pixel de conversión y audiencia
> Brand Safe y las White y Black List

27. Webinar: Compra Programática: Estrategia y Técnica

28. Social Media Strategy: La integración de las Redes Sociales en nuestro plan de medios digital

> Social Media Strategy: la integración de las principales redes sociales en objetivos y estrategias de negocio
> Centrando el objetivo: ¿cuándo se realiza una 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

29. Webinar: Social Media Strategy

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

30. Tutoría Online 04

31.SMO (Social Media Optimization): Cómo hacer publicidad y optimizarla en Redes Sociales:

> Facebook: promociones y publicidad
> Twitter: formatos publicitarios y generación de followers, amplificación, integración con e-commerce
> Redes Visuales
> Youtube
> Medición y ROI en redes sociales

32. Tutoría Online 05

33. 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

34. 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: 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

35. Mobile App & ASO

> Tipos de aplicaciones: nativas, híbridas, webapps
> Las tiendas de aplicaciones y modelos de negocio
> El proceso de desarrollo de una app
> El diseño de una app móvil
> Finalidades de una aplicación móvil: awarness, fidelización, optimización...
> Analítica: métricas y herramientas
> Tendencias

36. 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
> Mobile analytics

37. Webinar: Analítica Web

38. Tutoría Online 06

39. 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

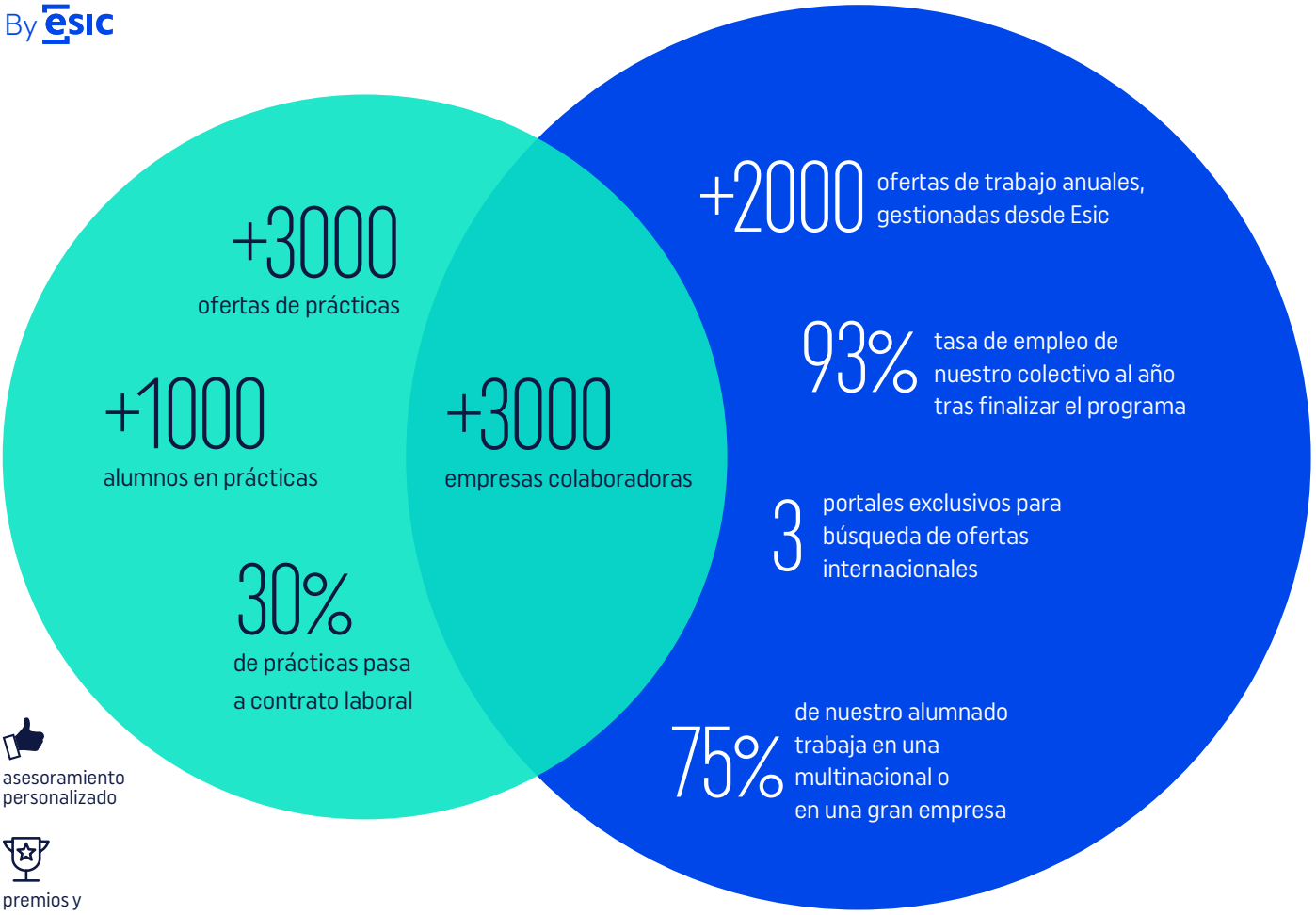
*Los webinars y las tutorías se imparten en sesiones con contacto alumno-profesor en tiempo real.

TE PREPARAMOS PARA TRABAJAR EN LAS MEJORES EMPRESAS DEL MUNDO

udp UNIDAD DE DESARROLLO PROFESIONAL By esic

PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Potenciamos la presencia del alumnado en las empresas, facilitando la aplicación de conocimientos teórico/prácticos mediante la realización de prácticas.



- asesoramiento personalizado
- premios y concursos para emprendedores
- talleres de emprendimiento
- charlas y encuentros con emprendedores
- incubadora de ideas
- networking entre emprendedores
- foros de inversores

EMPRENDEDORES

ESIC Business School genera, impulsa e integra las acciones para el fomento del emprendimiento, proporcionando apoyo y formación. Desarrolla actividades y programas en el ámbito de la creación de empresas para apoyar las iniciativas empresariales de nuestros estudiantes y contribuir a su consolidación.

CARRERAS PROFESIONALES

Durante toda tu trayectoria desde Carreras Profesionales, te formamos y asesoramos en materia de empleabilidad, apoyándote en la búsqueda de oportunidades mediante el acceso a un portal de empleabilidad exclusivo y la organización de ferias de empleo y eventos de reclutamiento.

ÁREA DE IDIOMAS

[profesionales globales]

ESIC Idiomas está concebido para facilitar una experiencia interesante, agradable y provechosa que permita alcanzar metas de comunicación internacional en el ámbito profesional, académico o personal.

ESIC Idiomas está acreditado para la realización y evaluación de las principales pruebas nivel reconocidas internacionalmente: TOEFL, TOEIC, Cambridge General English y Cambridge Business English Certificates (BEC). Además ofrece formación en otros idiomas como alemán, francés, chino y español para extranjeros (acreditada por el Instituto Cervantes).

Centro preparador y examinador oficial

Cambridge Assessment English
Authorised Exam Centre

CAPMAN AUTHORIZED TEST CENTER 2015
ETS TOEIC TOEFL Primary | Junior | ITP

Instituto Cervantes

DELE

Empresas y profesionales

- Cursos anuales
- Programas a medida
- Programas específicos
- Intensivos
- Individuales
- Conversación

Nuestro presente es bilingüe, multicultural y global...
nuestros alumnos también lo son.

Recorridos internacionales

Contamos con múltiples destinos donde podrás completar tu formación

DESARROLLO INTERNACIONAL

[global + multicultural]

Reforzamos nuestra oferta educativa con la posibilidad de completar con una experiencia internacional el itinerario curricular elegido. Para ello, disponemos de acuerdos de colaboración e intercambio y programas internacionales con:

+40 países de destino

acuerdos con +125 universidades

+500 alumnos

MARZO 2022

esic Business & Marketing School

www.esic.edu/online