

## Marketing Digital

Duración: 24 hrs.

Código: MARKD

### Curso:

### Descripción del curso

En este curso podrás aprovechar al 100% los medios digitales para tu empresa, podrás diseñar e implementar las estrategias y herramientas digitales vigentes en el mercado tales como posicionamiento web SEO, publicidad pagada en Google SEM y Email Marketing, son algunas de ellas.

### Dirigido a:

- Estudiante.
- Profesional.

### Objetivos:

El Participante al finalizar el curso será capaz de:

Entender la importancia de los medios digitales que está cambiando la forma de hacer marketing. Podrán identificar nuevas oportunidades de negocio, conocer el comportamiento del nuevo consumidor y aplicar de una manera práctica efectiva lo enseñado.

### REQUISITOS MÍNIMOS

Conocimiento obligatorio de manejo de MS Windows 7, 8 ó 10. 

Conocimiento de uso de internet nivel intermedio. 

El participante debe contar con una cuenta de FaceBook personal. 

El participante debe contar con una cuenta en correo ó Gmail personal. 

Conocimientos de manejo de Redes Sociales 



## CONTENIDO

### Sesión 1

#### INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

- Cómo estamos en el mundo Online en Perú
- Comportamiento del consumidor Digital Peruano.
- Qué es el Marketing.
- Conceptos básicos del marketing digital y principales diferencias con el marketing tradicional.
- Cuáles son las tendencias del Marketing Digital.
- Pilares fundamentales del Marketing Digital.

### Sesión 2

#### POSICIONAMIENTO WEB EN BUSCADORES- SEO Nivel I

- Introducción a momento ZMOT – Momento de la verdad.
- Qué es Posicionamiento Web SEO.
- Cómo funcionan los buscadores.
- Introducción Marketing de Búsqueda y Keywords Research.
- Analisis de Nicho de Mercados – Keyword – Palabras Claves.
- Herramientas Keyword – Palabras Claves.
- Implementación de SEO ON PAGE.

### Sesión 3

#### POSICIONAMIENTO WEB EN BUSCADORES- SEO Nivel II

- Desarrollo de páginas web responsive y adaptative usando WIX o Wordpress.
- Implementación de SEO OFF PAGE.
- Herramientas de SEO.
- Google Adwords para SEO.
- Taller Grupal – Implementar una estrategia de SEO para un negocio – Caso de Estudio.

### Sesión 4

#### DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CON GOOGLE ADWORDS – Nivel I

- Que es Google Adwords.
- Tipos de Campañas en Google AdWords.
- Configuración de campañas de Google Adwords.
- Gestión campañas en la Red de Búsqueda.
- Selección de avisos y palabras clave de acuerdo a la audiencia.
- Presupuestó de inversión en campañas.



## CONTENIDO

### Sesión 5

#### DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CON GOOGLE ADWORDS - Nivel II

- Configuración de campañas de Google Adwords.
- Gestión campañas en la Red de Display.
- Optimización de cuentas para generar más ganancias.
- Segmentación Por Audiencias Afines, Aduencias en el Mercado, Por Temas, Por Ubicación y Demografica.
- Presupuesto de inversión en campañas.

### Sesión 6

#### E-MAIL MARKETING - Nivel I

- Usos y beneficios del E - Mail Marketing
- El e-mail estimula las ventas online.
- Consejos para mejorar el e-mail Marketing
- Emailing y perfeccionamiento de la base de datos.

### Sesión 7

#### E-MAIL MARKETING - Nivel II

- Diseño y creación de una campaña de e-mail Marketing
- Analisis de los Resultados de una campaña de e-mail Marketingión de Mercado
- Taller de integración

### Sesión 8

#### REDES SOCIALES

- Examen Final – Proyecto Final

## EVALUACIÓN

La evaluación de cursos será totalmente práctica. Se realizarán entre 4 y 5 prácticas de las cuales se eliminará la nota más baja y se obtendrá un promedio (PP). Durante la última sesión se realizará un examen final (EF), el cual se promediará con la nota de prácticas y de esta manera se tendrá la calificación final.

#### PROMEDIO DE PRACTICAS

$$PP = \frac{(PR1 + Pr2 + Pr3 + PR4) - \text{Menor (PR)}}{3}$$

#### Nota Final:

$$NF = \frac{(PP + EF)}{2}$$

