

CURSO TECNICAS DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El marketing digital y las redes sociales suponen una gran oportunidad para las empresas. Permite un canal expedito de comercialización y el establecimiento de vínculos con los clientes, entender su comportamiento, preferencias, necesidades y permiten un posicionamiento a costo inferior a los medios tradicionales. Su gestión, por tanto, resulta fundamental y debe estar en las manos de una persona que integre la estrategia de la empresa y la comunicación.

OBJETIVO GENERAL

Aplicar los conceptos de marketing digital y manejo de redes sociales para planificar una base sólida en el desarrollo comercial de una marca, producto o servicio, de acuerdo al público objetivo definido.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Reconocer el concepto de marketing digital, de acuerdo a estrategias de redes sociales.
- Gestionar posicionamiento del sitio web del cliente en la red para buscadores como Google y Bing.
- Aplicar estrategias de marketing digital para las redes sociales, de acuerdo al público objetivo definido por el cliente.
- Diseñar campañas de email marketing, de acuerdo a público objetivo definido por el cliente
- Generar una planificación de publicaciones seleccionando el canal, de acuerdo al público objetivo de la red social.
- Interpretar medición con Google Analytics, según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web del cliente.

METODO O TECNICA DE ENSEÑANZA

El programa se desarrollará con un método de enseñanza multidisciplinar e integrada mediante la aplicación de metodologías innovadora de aprendizaje que faciliten la interiorización de aprendizajes para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos del programa.

MODALIDAD

Presencial grupal

PROGRAMA

MODULO 1:

MARKETING DIGITAL

- Fundamentos del marketing digital
- Evolución del marketing tradicional al marketing online.
- Ventajas de invertir en publicidad online. o Surgimiento de nuevos medios de comunicación.
- Las nuevas generaciones y el futuro del marketing digital.
- Claves del nuevo marketing
- Objetivos y valores de e-marketing.
- Diferencias entre estrategias y táctica de marketing

MARKETING DE CONTENIDOS.

- Definición de objetivos: branding, ventas, engagement y otros.
- Definición de KPIs.
- Estrategias de marketing de contenidos en redes sociales.
- La importancia de tener un portal web o página web
- Recolección de contenido y configuración de alertas en Google.

MODULO 2:

EMPRESAS EN REDES SOCIALES

- Evaluación de situación de marketing en redes sociales. Elementos para el diagnóstico.
- Gestión de marcas en Facebook.
- Diferencia y uso correcto de perfiles, fanpage y grupos en Facebook.
- Estadísticas y medición del rendimiento. Campañas de publicidad en Facebook e Instagram.
- Instagram para empresas.
- LinkedIn para empresas
- Planificación del trabajo en la empresa actual.
- Optimización de campañas, orientándolas a resultados.

MODULO 4:

POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

- Cómo buscan los usuarios en Internet.
- SEO (posicionamiento orgánico).
- SEM (posicionamiento pagado).
- Campañas digitales con Google AdWords. Herramientas de planificación y medición de tendencias en Google.

MODULO 5:

CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

- Estrategias de una campaña de emailing.
- Conocer las principales herramientas de envío de campañas de emailing.
- Configuración de plantillas, base de datos y envíos de campañas de emailing.
- Definición de métricas más importantes.

MODULO 6:

MEDICIÓN CON GOOGLE ANALYTICS.

- Introducción a la medición del tráfico en un sitio web.
- Definición de métricas más importantes. Creación de cuenta, instalación y uso de Google Analytics.
- Configuración de objetivos, filtros y segmentos.

MODULO 3:

PLANIFICACIÓN DE CANALES Y CONTENIDO

- Determinación de canales de redes sociales por objetivo.
- Creación de lineamientos para escribir el contenido en las redes sociales.
- Creación del plan conversacional.
- Generalidades del plan conversacional.
- Definición de contenidos a publicar.
- Herramientas para la elaboración de informes personalizados y atractivos para clientes para el marketing digital.
- Elaboración de informes y medición de rendimiento para la supervisión de campañas digitales.

INFORMACION GENERAL

CODIGO SENCE: 1237981909

DURACION: 24 horas

REQUISITOS DE APROBACIÓN

El alumno debe cumplir los siguientes requisitos esenciales para aprobar el curso:

- Obtener Nota igual o superior a 4,0 o criterio logrado.
- Asistencia mínima del 75%.

Inscripciones:

Deben realizarse por medio de nuestra "Ficha de Inscripción". Obténgala en www.grupopcm.cl o solicítela a capacitacion@grupopcm.cl o llamando al 232773009.

📍 Doctor Sótero del Río 508, Oficina 629, Santiago Centro. 📞 +569 3194 3289