



Certificado en

MARKETING DIGITAL

12 semanas

COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:

Analiza los elementos de una campaña de marketing digital y evalúa su impacto en las estrategias de venta y posicionamiento de los productos para la mejora continua.



OBJETIVOS:

- Seleccionar las estrategias más eficaces para una campaña de marketing digital.
- Examinar la estrategia de marketing digital de una marca y proponer mejoras para generar éxito en la empresa.

BENEFICIOS:

Gestionar una campaña de marketing digital con base en las tendencias más nuevas. Incursionar de manera exitosa en el mercado digital. Identificar las tendencias del mercado en el que desee incursionar y genera estrategias para su aprovechamiento. Desarrolla planes de expansión y crecimiento para la marca o producto en el ámbito digital.



DIRIGIDO A:

- Personal estratégico de mediano y alto rango que laboren en áreas de mercadotecnia digital, mercadotecnia y ventas.
- Profesionistas y emprendedores que deseen lanzar su marca o producto en el mercado digital.

**DURACIÓN Y
MODALIDAD:**

12 semanas

Híbrido | Virtual | Autodirigido

TEMARIO:

Temas

- 1 Introducción al marketing digital.
Hábitos del consumidor en internet.
- 2 Estrategias de segmentación y selección de clientes.
Sociología digital.
Estrategia digital.
- 3 El brief.
Sitio Web, landing page y usabilidad.
Marketing de contenidos digitales.
- 4 SEO.
SEM.
Propiedades digitales.
- 5 E-commerce.
Leyes y reglamentos en el ambiente digital.
Indicadores clave de desempeño (KPI).
- 6 Plan de marketing digital.
Introducción a la gestión del marketing digital.
Estrategia publicitaria para medios digitales.
- 7 Estrategia publicitaria para medios digitales.
Estrategias y análisis en redes sociales (Parte I).
Estrategias y análisis en redes sociales (Parte II).

Temas

- 8 Plataformas de redes sociales y operaciones móviles.
Plan de marketing y ventas
Técnicas de análisis para el posicionamiento orgánico.
- 9 Key Performance Indicators (KPI).
Creación de cuenta de negocios (Parte I).
Creación de cuenta de negocios (Parte II).
- 10 Herramientas de gestión de redes sociales.
Conceptualización de una marca.
- 11 Creando perfiles en redes sociales y campañas en la red.
Landing page y KPI en plataforma de redes sociales.



Ingresa a
CDC.TECMILENIO.MX