

Diplomado

Marketing Digital - Live

Duración 100 horas

Objetivo general:

Propone estrategias de mercadotecnia digital que permitan penetrar nuevos mercados y plataformas para rentabilizar nuevas oportunidades de negocio.

Beneficio:

Aplicación inmediata de los contenidos para fortalecer el conocimiento en temas de Marketing Digital.

Acelerar el proceso de transformación digital en su estrategia de marketing.

Dirigido a:

Director, gerente o dueño. Mínimo 5 años en el puesto. Tener personal a su cargo, ya sea del área comercial, marketing o innovación.

Capacidad de toma de decisiones en procesos y temas financieros y de presupuesto.

Requisito:

Licenciatura terminada. Mínimo 5 años de experiencia laboral, que cuente con Nociones de mercadotecnia y temas comerciales, Buen manejo de Office (Excel, Word, Power Point, etc.) y el sistema operativo de su equipo.

Manejo de plataformas de comunicación a distancia en tiempo real (p. ej.: Zoom, Teams, Google apps, etc.)

Contenido:

Módulo 1 Ecosistema Digital

Evalúa el estado actual del internet, para identificar las oportunidades de negocio.

Temario

1. Evolución del consumidor
2. Evolución del internet 1.0, 2.0, 3.0 y el futuro
3. Oportunidades para negocios, marcas y personas

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 2 Marketing 4.0

Crea el modelo de negocio a partir de la identificación de las oportunidades de mercado.

Temario

1. El marketing y su potencial de cambio: de la innovación al servicio.
2. Evolución del marketing 1.0 al 4.0
3. Inteligencia de mercados: negocios y competencia

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 3 Roadmap y ejecución de la estrategia digital

Construye la estrategia digital, para el logro de los objetivos de mercadotecnia del negocio.

Temario

1. La Estrategia Digital: componentes y alcances
2. Benchmarking digital: oportunidades del entorno
3. Gestión de un proyecto digital: de la estrategia a la implementación
4. Definición de indicadores para la operación del modelo digital.

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 4 eCommerce Omnicanal

Diseña una estrategia de desarrollo basada en un eCommerce Omnicanal.

Temario

1. Gestión de eCommerce
2. Retos de la Omnicanalidad
3. Incorporación del e-Commerce y canales de distribución alternativos en las operaciones

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 5 Paid, Owned & Earned

Integra los canales y herramientas digitales a utilizar en el negocio según la estrategia digital.

Temario

1. Ecosistema de herramientas de publicidad digital.
2. Pagado vs. Orgánico
3. SEO y SEM

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 6 Social Media Marketing

Diseña un plan estratégico para la ejecución de un plan de publicidad pagada en Redes Sociales.

Temario

1. Facebook Business Manager y tipos de Ads.
2. Segmentación, intereses y audiencias.
3. Pixeles de conversión y medición de campañas.

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 7 Search Engine Marketing

Diseña la estrategia para la ejecución de un plan de publicidad pagada en Buscadores (Google).

Temario

1. Introducción a Google Adwords.
2. Segmentación.
3. Medición de resultados y conversión.

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 8 Automatización de procesos de marketing

Integra una estrategia de Marketing Automation en el viaje de su cliente digital para mejorar el CX y la eficiencia operativa.

Temario

1. Introducción al Marketing Automation.
2. Estrategia de Marketing Automation.
3. Casos de uso para la automatización del marketing.

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 9 Big Data Management

Interpreta los datos generados desde canales WEB, Móviles y CRM.

Temario

1. Herramientas para la generación y análisis de datos.
2. Interpretación de datos para la generación de modelos publicitarios.

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 10 Machine Learning y Google Prediction con Inteligencia Artificial

Distingue los modelos predictivos para la recopilación de datos por medio de la Inteligencia Artificial.

Temario

1. Data Mining.
2. Social Mining.

Duración del módulo: 10 horas