

curso

MARKE TING DIGITAL

estrategias

TEMARIO

SESIÓN 1

INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DIGITALES

El proceso de una campaña de medios digitales
La estrategia digital
Conceptos básicos
Puntos de contacto y proceso de compra

SESIÓN 2

CONDUCTA DEL CONSUMIDOR DIGITAL

El mundo multi-screen
Composición de Audiencias y Consumidor digital
El Prosumidor

SESIÓN 3

ECOSISTEMA GOOGLE

Estrategias de comunicación en marketing de buscadores
Definición de SEO y SEM
Estrategias de keywords (palabras claves), funnel estratégico y concordancias de las palabras a usar
Google Trends
Bases de la estrategia de optimización de sitios (mobile first)
Chequeo de calidad SEO, puntos críticos a mejorar
Estrategias Long Tail
Confección y clasificación de keywords según tipo de campaña

SESIÓN 4

PUBLICIDAD EN PÁGINAS WEB (DISPLAY)

Banners y formatos
Campañas de branding y conversión
Conceptos y estrategias de retargeting / remarketing
Compra programática de espacios publicitarios (programmatic)

SESIÓN 5

SOCIAL MEDIA PLANNING

Introducción a soportes y formatos digitales en RRSS
Estrategia digital aplicada a RRSS.
Publicidad en Facebook e Instagram y sus formatos, Audience Network, Twitter Ads y sus formatos de anuncios, Compra en YouTube, LinkedIn Marketing Solutions, Formatos publicitarios en TikTok y Twitch
Métricas aplicadas al entorno de RRSS, tales como engagement, engagement rate, etc.

SESIÓN 6

COMMUNITY MANAGEMENT

¿Por qué las organizaciones deben estar en las RRSS?
Función de un CM
Plataformas más usadas
Gestión con el cliente y la marca
Crisis en las redes
Herramientas para gestionar redes

SESIÓN 7

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Conceptos y gestión de RRSS convergentes a una estrategia digital
Administración, creación y ejecución de estrategias en RRSS
Storytelling y storydoing aplicados en entornos social media
Branded content

SESIÓN 8

Proyecto final aplicado

los contenidos indicados en este temario son una guía diseñada para el correcto desarrollo de las actividades de capacitación y su completo desarrollo dependerá del nivel de los participantes, por lo que pueden sufrir modificaciones durante el desarrollo del curso



#ESTRATEGIADIGITAL
#SOCIALMEDIA
#NEGOCIOONLINE