

Programa

Nombre del curso: Estrategias de Marketing Digital

Fundamentación:

En los últimos años, y especialmente durante el período de pandemia, las compras online han crecido a un ritmo acelerado. Actualmente, las personas usuarias cuentan con mayor experiencia en el comercio electrónico, y son más exigentes a la hora de evaluar el servicio que esperan.

A raíz de esta situación, es fundamental que los emprendimientos se adapten a los requerimientos de las nuevas tecnologías, generando fórmulas más eficientes para llegar a las nuevas personas usuarias y para mantenerse competitivos. El nuevo mundo online permite a los emprendimientos incorporar herramientas digitales a bajos costos y desarrollar estrategias de marketing digital.

Generar nuevas oportunidades de negocio puede ser más fácil usando tácticas de promoción digital bien planificadas. El objetivo de este curso es que adquieras conocimientos sobre qué estrategias de marketing digital utilizar para aumentar la exposición, conocer a tu clientela y de esta forma ofrecer un mejor servicio y generar ventas.

Objetivos:

Que los y las participantes:

- Conozcan los pasos para crear un plan de estrategias de marketing digital.
- Identifiquen los canales de comunicación y de venta según el público.
- Diferencien las características de las distintas redes sociales.
- Reconozcan los componentes de una estrategia de contenidos.
- Comprendan el uso del posicionamiento web y la publicidad paga.
- Identifiquen qué métricas analizar en redes sociales.

Personas Destinatarias:

Público en general, personas interesadas en la temática.

Contenidos:

UNIDAD N.º 1 - Marketing Digital: primeros pasos para emprender

- Introducción al Marketing Digital.
- 8 Pasos para un plan de marketing digital.
- Análisis de situación: FODA.
- Pasos 1 al 4: crear marca, identificar al público objetivo, definir objetivos, y calcular gastos.



UNIDAD N.º 2 - Tipos de canales y marketing de contenidos

- Paso 5: elegir los tipos de canales.
- Canales de venta y comunicación: crear e-mail de marca, elegir tienda online, crear perfiles en redes sociales.
- ¿Qué es el marketing de contenidos?
- Paso 6: crear contenido.
- Producir una estrategia de contenidos.

UNIDAD N.º 3 - Fidelizaciones de clientes y alcance

- Paso 7: fidelizaciones de clientes y alcance.
- Comunicación con clientes.
- Cómo aumentar tu alcance.
- Anuncios y posicionamiento en la web.

UNIDAD N.º 4 - Métricas en redes sociales

- Paso 8: analizar métricas.
- Estadísticas.
- ¿Qué medir en las redes sociales?
- Herramientas de medición.
- Cuadro de análisis.

Criterios de aprobación / evaluación:

En cada unidad, se pondrán a disposición cuestionarios de autoevaluación para hacer un seguimiento de tu recorrido de aprendizaje.

Para obtener el certificado de aprobación del curso es necesario aprobar los cuestionarios de cada unidad y la evaluación final integradora con una nota igual o mayor a 6 (seis puntos) y responder la encuesta de satisfacción del curso.

Carga horaria:

20 hs totales.

