



CURSO-TALLER DE ACTUALIZACIÓN

TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

50 HORAS CON OPCIÓN DE TITULACIÓN

Sábados de 8:00 a 14:00 hrs
Del 18 de septiembre al 6 de noviembre

Dirigido a

- Licenciados en Mercadotecnia
- Estudiantes de Lic. en Mercadotecnia
- Estudiantes de Lic. en Administración
- Estudiantes de Lic. en Admon. Financiera
- Público en general interesado en actualizar y profundizar sus conocimientos en el tema.

Inversión

Comunidad UG \$4,000.00 MXN
Público en General \$5,000.00 MXN

Contenido

- Estrategias de Marketing Digital
- Social Media & Community Management
- Estrategias de SEO (Search Engine Optimization)
- Estrategias de SEM (Search Engine Marketing)
- Métricas de Marketing (KPI's)
- Decisiones Basadas en Datos



TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

Descripción del proyecto

El taller está diseñado para combinar conocimientos teóricos y prácticos sobre el uso de herramientas digitales en el desarrollo de estrategias de mercadotecnia. Se pretende involucrar a los participantes en casos prácticos para expandir estas habilidades, así como vincular la participación de agentes con experiencia en diversas áreas del marketing digital que aporten valor a los asistentes.

Al terminar el diplomado el alumno conocerá los conceptos base del marketing digital, entenderá el funcionamiento de diversas plataformas sociales para generar anuncios, indagará en el uso de redes sociales y su alcance, será capaz de diseñar campañas de posicionamiento en Google desarrollará habilidades de análisis y síntesis de datos.

Objetivos

- Conocer las diversas estrategias de marketing digital que se pueden aplicar hoy en día.
- Investigar tendencias y oportunidades de mercado con el uso del internet.
- Desarrollar habilidades prácticas en el uso de herramientas digitales.
- Crear campañas publicitarias en diferentes formatos digitales.
- Analizar y sintetizar datos duros para crear presentaciones con formato ejecutivo.



TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

Módulo 1: Fundamentos de Marketing Digital

El alumno conocerá los conceptos básicos del Marketing Digital cómo está conformado un equipo de Mercadotecnia en un ambiente corporativo, el lugar que ocupa el Marketing Digital dentro de las estrategias globales, el perfil de un profesional en esta área y la creación de briefs informativos.

Módulo	Temas	Subtema
1. Fundamentos de Marketing Digital	Introducción al Curso	Presentación de los participantes. Forma de trabajo. Información sobre el portafolio de evidencias.
	Conceptos base del Marketing Digital	Inbound/Outbound Marketing El brief en Marketing Digital Objetivos de Marketing Digital Plan de Marketing Buyer Persona Tipos de Contenido Canales de difusión Investigación de mercados digital Ejercicio práctico



TENDENCIAS EN MIKT DIGITAL

Módulo 2: Creación de contenidos

El alumno conocerá diversas estrategias y plataformas para crear contenido como parte de una estrategia de marketing digital global. Aprenderá algunas herramientas de diseño complementarias y tendrá la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Módulo	Temas	Subtema
2. Creación de contenidos	Email Marketing	Objetivos Segmentación de mercado CRM Creación de contenido Métricas de desempeño
	Blogs	Keywords Copywriting Menciones Enlaces
	Vlogs	Tipos de Vlogs ¿Qué se necesita para crear contenido de este tipo? Monetización de videos Nichos de mercado latentes y alcances Influencers



TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

Módulo 3: Social Media & Community Management

El alumno conocerá el funcionamiento interno social y promocional de cada red social propuesta, estrategias de manejo de crisis, herramientas de creación de contenido, de organización de tareas y de control de crisis, así como atajos de productividad.

Módulo	Temas	Subtema
3. Social Media & Community Management	Básicos de Redes Sociales	Plataformas de contenido Comunidades Embudo de conversión en redes Tipos de contenido Contenido orgánico/pagado Definición de objetivos Segmentación de mercado (Buyer Persona) Benchmarking Riesgos
	Community Management	Estructura del SMM El Rol del Community Manager Funciones del community manager Típs para creación y manejo de contenido Manejo de crisis en redes Métricas de desempeño
	Facebook	Funcionamiento Tipos de publicaciones Campañas Publicitarias
	Instagram	Funcionamiento Tipos de publicaciones Campañas Publicitarias
	Youtube	Funcionamiento Tipos de contenido/ Contenido restringido Campañas Publicitarias
	LinkedIn	Funcionamiento Tipos de publicaciones Campañas Publicitarias
	Tiktok	Funcionamiento Tipos de contenido/ Contenido restringido
	Spotify	Funcionamiento Tipos de publicaciones Campañas Publicitarias



TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

Módulo 4: Business Manager de Facebook

El alumno conocerá el funcionamiento del administrador comercial de Facebook, las configuraciones básicas para iniciar una cuenta y los detalles de la configuración de campañas para Facebook e Instagram.

Módulo	Temas	Subtema
Business Manager Facebook	Facebook/Instagram Ads	Configuración de la cuenta Administrador de anuncios Tipos de campañas Configuración de una campaña Métricas de resultados Informes Ejercicio práctico
	Páginas web	Conceptos básicos Estructura básica Editores de páginas Integración de E-commerce



TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

Módulo 5: E-commerce

El alumno aprenderá la estructura y elementos necesarios para crear una página web, acerca de algunos proveedores de estos servicios, las estrategias de promoción en landing pages. Además, el funcionamiento y requisitos para vende en línea a través de marketplaces.

Módulo	Temas	Subtema
E-Commerce	Páginas web	Conceptos básicos Estructura básica Editores de páginas Integración de E-commerce
	Landing Pages	Estructura básica Ventas online Integración con otras plataformas
	Marketplaces	Mercado Libre/Amazon Requisitos y alcance Publicidad de productos



TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

Módulo 6: SEO (Search Engine Optimization)

El alumno aprenderá acerca del funcionamiento de los motores de búsqueda en Google, los mecanismos que funcionan detrás del posicionamiento de páginas web, las bondades y limitantes que existen en los navegadores web, podrá identificar el nivel de relevancia de un sitio y mejorar su posicionamiento en la web, así como algunas recomendaciones para optimizar el contenido de acuerdo a los lineamientos de Google.

Módulo	Temas	Subtema
SEO (Search Engine Optimization)	Conceptos básicos	Introducción al SEO Importancia Funcionamiento
	Keywords	Búsqueda y selección de palabras clave Configuración de palabras clave Benchmarking
	Optimización	SERP Features Google Analytics
	Métricas de Marketing (KPIs) en Google Analytics	Configuración de la cuenta Funcionamiento Creación de objetivos Informes



TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

Módulo 7: SEM (Search Engine Marketing)

El alumno será capaz de diseñar, configurar, ejecutar y medir la efectividad de campañas publicitarias en Google Ads, así como interpretar las diferentes métricas de resultados derivadas de ellas. Aprenderá algunos tips de configuración de anuncios y aspectos clave de análisis.

Módulo	Temas	Subtema
SEM (Search Engine Marketing)	Conceptos básicos	Qué es el SEM Funcionamiento
	Google Ads	Funcionamiento Tipos de campañas Estructura de costos Configuración de anuncios Estrategias de retargeting Análisis e interpretación de métricas Ejercicio Práctico



TENDENCIAS EN MKT DIGITAL

Módulo 8: Decisiones basadas en datos

El alumno será capaz de analizar los datos generados de forma automática por varias de las herramientas de Google y su vinculación con un eje central de procesamiento de datos con el fin de crear reportes y presentaciones de nivel profesional.

Módulo	Temas	Subtema
Decisiones basadas en Datos (Data driven decision making)	Análisis de datos	Conceptos clave
	Data Studio	Configuración de la cuenta Vinculación de datos Creación de informes

