



## Curso online

# Técnicas de marketing digital

## Descripción

Este curso en línea busca desarrollar las competencias necesarias para una adecuada comprensión y puesta en práctica de habilidades en torno al valor del Marketing Digital y sus tendencias subyacentes. En un contexto de alto acceso a internet en Chile y en la región, revisaremos las principales herramientas y funciones, junto con los impactos y beneficios de una estrategia de marketing general a fin de formular soluciones de marketing digital en distintas plataformas online.

Los niveles de penetración de internet en Chile (con cerca del 90%), Latinoamérica con cerca del 75% y a nivel mundial cercano al 60%, el uso cotidiano del ambiente digital, el crecimiento de la inversión en medios online (que en el país ha superado en diversas industrias a la publicidad tradicional) y el cada vez más protagónico rol que adquiere el Marketing Digital en las decisiones de las organizaciones y empresas chilenas, nos desafían a comprender el contexto del país en cuanto a ambiente digital, las herramientas disponibles y los usos que se puedan tener dentro de una organización para interactuar con clientes y usuarios.

El curso Técnicas de Marketing Digital permitirá al participante desarrollar aprendizajes sobre el rol del Marketing Digital, su aplicación en las organizaciones y su impacto. Se abordará el entorno y contexto en que se encuadra, sus principales tendencias y evolución, el consumidor y usuario online, los principales canales y plataforma como uso de apps, Mobile y Redes Sociales. Se trabajará también la definición de objetivos, métricas, KPI's y audiencias entre otros elementos, para situar al Marketing Digital como un proceso general de Marketing.

## Contenidos

### MÓDULO 1 El Rol del Marketing Digital en el contexto Actual

- ✓ Marketing y Marketing Digital.
- ✓ Marketing Digital: Evolución, contexto y rol.
- ✓ Marketing Digital como proceso de estrategia de marketing y comunicacional.
- ✓ Ecosistema Digital y crecimiento del uso de Internet. Caso Chileno y comparado.
- ✓ Omnicanalidad y sus desafíos. Casos
- ✓ Usuario Digital y su comportamiento. Casos
- ✓ Componentes del entorno digital

### MÓDULO 3 Herramientas de Marketing Digital en la formulación de objetivos y soluciones digitales para distintas plataformas

- ✓ Posicionar y promover una marca en el entorno digital: Diagnóstico y Formulación
- ✓ Aprendiendo a definir una campaña de Marketing Digital
- ✓ Diseño de plan de Marketing Digital: Objetivos, planificación y contenidos en un entorno omnicanal
- ✓ Selección de herramientas de Marketing Digital según objetivos definidos
- ✓ Estrategia de medios digitales y su integración con las herramientas digitales
- ✓ Definición de presupuesto y alcances
- ✓ Desarrollo de casos debe comunicar y motivar para influir

### MÓDULO 2 Principales herramientas de Marketing Digital y sus elementos interactivos para el diseño de la estrategia de marketing online

- ✓ Formatos Digitales
- ✓ Plataformas: Mobile Marketing.
- ✓ Posicionamiento orgánico e inducido (SEO y SEM)
- ✓ Social Media / Redes Sociales. Casos
- ✓ Community Management: Comunicación de la marca con los fans
- ✓ El rol de los Influencers y Embajadores en el entorno digital.
- ✓ Desarrollo de Casos

### MÓDULO 4 Indicadores de medición de impacto de los componentes de las herramientas de Marketing Digital

- ✓ Embudo del Marketing Digital
- ✓ Métricas y definición de KPI's del Marketing Digital
- ✓ Medición de la interacción en la comunidad
- ✓ Evaluación de campañas, impacto y alcance
- ✓ Tipos de reporte.
- ✓ Desarrollo de casos