

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is at the top right, and a grey shape is at the top left. A large grey shape is in the middle, and a teal shape is at the bottom right. The text is centered in the white space between these shapes.

Guía didáctica

Marketing digital aplicable a los negocios

INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más digitalizado, el marketing digital se ha convertido en una herramienta esencial para cualquier negocio que quiera crecer, posicionarse y llegar a su público objetivo de manera efectiva. Este curso ha sido diseñado para proporcionar los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollar e implementar estrategias de marketing digital exitosas.

A lo largo de este curso de **90 horas**, los participantes aprenderán desde los conceptos básicos hasta estrategias avanzadas de marketing digital, incluyendo SEO, redes sociales, publicidad en línea, email marketing y análisis de datos. Todo ello con un enfoque práctico y aplicable a negocios reales, garantizando que los conocimientos adquiridos puedan ser utilizados de inmediato en el entorno empresarial.

OBJETIVO GENERAL

Brindar a los participantes las herramientas y estrategias clave del marketing digital para que puedan aplicarlas de manera efectiva en sus negocios, mejorando su visibilidad, aumentando su audiencia y optimizando sus conversiones

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender los fundamentos del marketing digital, sus diferencias con el marketing tradicional y su importancia en los negocios actuales.
- Diseñar estrategias digitales efectivas, alineadas con los objetivos comerciales y el perfil del cliente ideal (buyer persona).
- Manejar herramientas digitales clave para la creación de contenido, gestión de redes sociales, email marketing y automatización.
- Optimizar sitios web para motores de búsqueda (SEO) y mejorar su posicionamiento orgánico en Google.
- Desarrollar campañas publicitarias digitales en Google Ads y redes sociales para aumentar el alcance y las ventas.
- Analizar métricas y resultados de las estrategias digitales para la toma de decisiones basada en datos.
- Aplicar conocimientos en casos prácticos y proyectos reales, asegurando una formación orientada a la acción y los resultados.

CONTENIDO FORMATIVO

Unidades Aprendizaje	Marketing digital aplicable a los negocios	90 horas
UA1	Introducción al marketing digital. <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el marketing digital y por qué es importante? • Diferencias entre marketing tradicional y digital • Principales canales digitales • Tendencias actuales en marketing digital 	8
UA2	Estrategia digital y modelo de negocio. <ul style="list-style-type: none"> • Definición del buyer persona • Customer Journey y Funnel de Ventas • Estrategia de contenidos (inbound marketing) • Definición de objetivos SMART en marketing digital 	10
UA3	Creación de contenidos y branding digital. <ul style="list-style-type: none"> • Branding digital y propuesta de valor • Tipos de contenido digital (texto, imágenes, videos, infografías) • Herramientas de creación de contenido (Canva, Photoshop, ChatGPT, etc.) • Storytelling y Copywriting persuasivo 	12
UA4	Redes Sociales y Community Management. <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia en redes sociales: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok • Creación y gestión de una comunidad digital • Publicidad en redes sociales (Meta Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads) • Herramientas de automatización y programación de contenido 	12
UA5	SEO y posicionamiento web. <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al SEO: conceptos clave • Optimización on-page (palabras clave, meta tags, estructura web) • SEO off-page (backlinks y autoridad de dominio) • SEO local y estrategias para negocios físicos 	12
UA6	Email marketing y automatización <ul style="list-style-type: none"> • Principios del email marketing • Plataformas y herramientas (Mailchimp, ActiveCampaign, HubSpot) • Segmentación y personalización de campañas • Automatización del marketing con workflows 	10
UA7	Publicidad digital y Pago Por Clic (PPC)	14

Unidades Aprendizaje	Marketing digital aplicable a los negocios	90 horas
	<ul style="list-style-type: none">• Introducción al PPC y Google Ads• Campañas en Google Ads: búsqueda, display y remarketing• Estrategias de segmentación y presupuesto• Análisis de métricas y optimización de campañas	
UA8	Análisis de resultados y optimización <ul style="list-style-type: none">• Métricas clave en marketing digital (KPI's, ROI, ROAS)• Herramientas de análisis: Google Analytics, Facebook Insights• Interpretación de datos y toma de decisiones• Estrategias para la mejora continua	12