



Marketing Digital

La revolución tecnológica ha llevado a las organizaciones a moverse en mercados competitivos con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ofertando productos o servicios en inmejorables condiciones de información, rapidez y rentabilidad.

En la actualidad un gran número de organizaciones están orientadas al marketing digital basando sus negocios en las demandas reales del mercado y por ello fijan su atención al enorme atractivo que un espacio virtual provoca en el público objetivo.

La formación complementaria en Marketing digital desarrolla habilidades para la optimización de herramientas como medio de comunicación para llegar a sus clientes en entornos digitales, las tecnologías de la información y la comunicación dan lugar al denominado marketing digital, siendo internet y las redes sociales la herramienta más efectiva para conectar clientes, permitiendo segmentarlos, focalizarlos y comercializarles productos o servicios.

Contenido

- Plan estratégico organizacional: concepto, componentes o estructura.
- Entorno digital: concepto, variables y características.
- Mezcla de mercadeo: concepto, aplicabilidad, variables y estrategias.
- E-marketing: concepto, fundamentos, estrategias y tácticas.
- Segmentación de mercados: concepto, técnicas y variables.
- Publicidad digital: concepto, técnicas y tipologías
- Comunicación online: concepto, medios, canales y aplicabilidad.
- Contenidos: concepto, metodología, aplicabilidad y arquitectura web.
- Consumidor digital: concepto, comportamiento y variables.
- Insights: concepto y aplicabilidad.
- Conversión: concepto, tasa y aplicabilidad.
- Sem (search engine marketing): concepto, estrategias y aplicabilidad.
- Seo (search engine optimization): concepto, técnicas y aplicabilidad.
- Smo (social media optimization) : concepto, acciones y aplicabilidad.
- Web analytics (analítica web): concepto y metodología.
- Métricas: concepto, clases y aplicabilidad.
- Indicador clave de rendimiento: concepto, estructura, interpretación, aplicabilidad y cálculo.
- Kpi (key performance indicator): concepto, tipos y aplicabilidad.
- Presupuesto: concepto y aplicabilidad.



Habilidades que Desarrolla

- Reconocer el entorno digital.
- Definir variables de mercadeo.
- Seleccionar objetivos, estrategias y tácticas de marketing digital.
- Identificar características del segmento de mercado.
- Determinar acciones de publicidad digital.
- Seleccionar medios de comunicación online.
- Seleccionar canales digitales.
- Determinar contenidos digitales.
- Identificar consumidor digital.
- Reconocer insights.
- Valorar la tasa de conversión.
- Elaborar análisis seo, sem y smo.
- Fijar métricas por canal.
- Validar indicadores kpi.
- Elaborar presupuesto.
- Investigar normativa web.

Requisitos de Ingreso

Se recomienda:

- Tener los datos actualizados en el aplicativo SofiaPlus
- Cumplir con los requisitos establecido por el SENA

Inscríbese aquí!