



Diplomado en Marketing Digital



Descripción del curso

Explora las técnicas y habilidades prácticas de marketing para diseñar estrategias efectivas que conecten con tu público objetivo en el entorno digital. Aprenderás a utilizar herramientas clave como Google Ads, Facebook Ads, Google Analytics y email marketing, además de explorar temas innovadores como neuromarketing y embudos de ventas. Este programa te prepara para crear contenido de alto impacto, ejecutar campañas exitosas y medir resultados, combinando teoría y práctica para destacar en el competitivo mundo del marketing digital.

¿A quién está dirigido?

Este diplomado está dirigido a los profesionales y ejecutivos con formación en distintas disciplinas del área administrativa, así como a los emprendedores que deseen potenciar sus habilidades en la gestión del marketing digital y comercio electrónico. Es para quienes buscan obtener una mejor comprensión del cliente y que esperan aprovechar los canales de marketing digital para crear valor en el recorrido del consumidor.

Los objetivos del curso incluyen:

1. Explicar las etapas de planificación para las actividades en línea y las acciones de implementación de marketing.
2. Aplicar el concepto de tiendas virtuales a la comercialización de productos y servicios de manera profesional.
3. Segmentar y analizar los mercados objetivo e integrar un mix promocional.
4. Explicar las consideraciones éticas y legales de la captura del perfil de un cliente y la gestión de datos.



Modalidad online.
De 6:00 pm a 8:00 pm.



Duración:
40 horas



Formación previa:
Bachiller



Idioma:
ESPAÑOL



Semana 1

1. Meta Ads Manager

- Content Marketing.
- Elementos de Marketing Digital.
- Estrategia de Marketing.
- Tácticas que impulsan resultados de Marca.
- Segmentación de audiencias
- Objetivos de campañas
- Organización de activos digitales utilizando el administrador comercial
- Proyección de presupuestos para estimación de resultados.

Semana 2

2. Fundamentos de marketing de búsqueda en Google Ads

- Dinámicas de SEM (Search Engine Marketing)
- Planificación de palabras claves
- Concordancias y palabras claves negativas
- Lanzamiento de primera campaña
- Introducción al mercadeo en el Display Network de Google.
- Personalización en Anuncios en campaña de tráfico utilizando parámetros UTM.

Semana 3

3. Introducción al email marketing

- Marketing de base de datos
- Métricas esenciales
- Escogiendo una plataforma de email marketing.

4. Sesión de Neuromarketing aplicada al mercadeo digital (1 hora)

- Caja de herramientas para medir el comportamiento digital
- Experimentos A/B.
- Digital Marketing Audit
- Auditoria Interna y Externa
- Contribucion Actual al Marketing Digital.
- Evaluación de Oportunidades
- Estrategia FO/FA/DO/DA

5. Modelo Estratégico para el Marketing Digital Multi-Canal

- El embudo de ventas y sus tres etapas: BOFU, MOFU, TOFU
- SEO y SEM
- Remarketing.

Semana 4

6. Introducción al eCommerce

- Funcionalidades de una plataforma de E-Commerce
- Generando tráfico a una tienda en línea
- Pasarelas de pago
- Escogiendo una plataforma para iniciar una tienda en línea.

Requerimientos para alumnos

El estudiante deberá traer computadora para las clases presenciales

Beneficios:



Diplomado de una universidad norteamericana



Cuerpo docente altamente calificado



Red de contactos internacional



Clases personalizadas



Financiamiento institucional

KEISER UNIVERSITY



Contáctanos:
admissionselsalvador@keiseruniversity.edu

