

CREDENCIAL EN

Gestión de Mercadotecnia Digital

33 HORAS



COMPETENCIA PARA DESARROLLAR

Examina la estrategia de marketing digital de una marca y propone mejoras para generar éxito en la empresa.

OBJETIVOS

- Aprender a analizar las marcas junto con sus estrategias de mercadotecnia digital.
 - Proponer, adaptar e implementar estrategias de posicionamiento de una marca.
- 

BENEFICIOS

- En esta credencial el participante aprenderá a analizar las marcas con las que convive diariamente junto con sus estrategias de mercadotecnia digital. También obtendrá las bases para proponer, adaptar e implementar estrategias de posicionamiento de una marca, así como, gestionar dichas estrategias en las plataformas del siglo XXI.

DIRIGIDO A

- Profesionistas que se encuentren laborando en agencias de mercadotecnia digital, medios digitales, comunicación digital y empresas privadas que den a conocer su marca a través de medios digitales.

DURACIÓN Y MODALIDAD

33 horas |  Autodirigido

TEMARIO

Módulo

Tema

- | | |
|----|--|
| 1 | Introducción a la gestión del marketing digital. |
| 2 | Segmentación de mercado y mercado meta. |
| 3 | Estrategia publicitaria para medios digitales. |
| 4 | Estrategias y análisis en redes sociales (Parte I). |
| 5 | Estrategias y análisis de redes sociales (Parte II). |
| 6 | Plataformas de redes sociales y operaciones móviles. |
| 7 | Plan de marketing y ventas. |
| 8 | Técnicas de análisis para el posicionamiento orgánico. |
| 9 | Key Performance Indicators (KPI). |
| 10 | Creación de cuenta negocios (parte I). |
| 11 | Creación de cuenta negocios (parte II). |
| 12 | Herramientas de gestión de redes sociales. |
| 13 | Conceptualización de una marca. |
| 14 | Creando perfiles en redes sociales y campañas en la red. |
| 15 | Landing page y KPI en plataformas de redes sociales. |