

MICROCREDENCIAL EN

Segmentación de Mercado a Través de Plataformas Digitales

11 HORAS



COMPETENCIA PARA DESARROLLAR

Determina el mercado meta de una organización a través de un análisis de estudio de mercado.

OBJETIVOS

- Investigar y analizar el mercado para definir y segmentar su mercado en algún negocio.
 - Analizar las principales redes sociales para realizar una campaña adecuada a su marca.
- 

BENEFICIOS

- En esta microcredencial el participante aprenderá a investigar y analizar el mercado para definir y segmentar su mercado en algún negocio, también analizará las principales redes sociales para realizar una campaña adecuada a su marca.

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

11 horas |  Autodirigido

TEMARIO

Módulo

1

2

3

4

5

Tema

Introducción a la gestión del marketing digital.

Segmentación de mercado y mercado meta.

Estrategia publicitaria para medios digitales.

Estrategias y análisis en redes sociales(Parte I).

Estrategias y análisis de redes sociales (Parte II).