

## Programa en Marketing Estratégico Digital

### Módulo 1: Introducción al Marketing Estratégico

#### Contenido

Marketing: concepto y evolución de la disciplina. Marketing estratégico y operativo. El rol del Marketing y las marcas en el nuevo escenario mundial. Esquema Integral de Marketing (EIM).

El consumo y su complejidad. Enfoque simbólico. Las personas en el centro de la estrategia. Perfiles de usuario. Consumer insight. La construcción del buyer persona.

El negocio y su diferenciación. Propuesta de valor. Producto funcional y producto imaginario. Posición competitiva. Mapa competitivo.

Contexto y definiciones estratégicas. El modelo Brand Key. Análisis de casos.

#### Aprendizajes esperados (conocimientos)

¿Cuáles son los elementos centrales del Marketing Estratégico?

¿Qué significa tener una marca?

¿Qué es el posicionamiento y cómo poder trabajarlo en decisiones cotidianas?

¿Cómo influye el contexto en mi estrategia?

#### Aprendizajes esperados (herramientas)

Esquema integral de Marketing.

Buyer persona.

Lienzo de la propuesta de valor.

Modelo Brand Key.

### Módulo 2: Digitalización de negocios

#### Contenido

Parte I: El sitio web como puerta de entrada del negocio

Rol de la página web en la estrategia digital. Interrelación entre medios de comunicación propios, pagos y ganados (“gente hablando de mi negocio” en la web).

Elaboración de un brief a diseñadores y programadores para la construcción del sitio web propio, con el objetivo de brindar una excelente experiencia de usuario.

Concepto y correcta utilización del E-Commerce. La omnicanalidad. Opciones para ventas online: Google Mi Negocio, Mercado Shops y Tienda Nube.

Posicionamiento en motores de búsqueda como Google. Search Engine Marketing (SEM) y Search Engine Optimization (SEO).

Google Ads como herramienta para hacer publicidad online y mejorar mi posicionamiento orgánico.

Parte II: Métricas para analizar el éxito de la estrategia digital

Definición de Key Performance Indicators o KPIs (indicadores clave de rendimiento) y seguimiento de las principales métricas para la toma de decisiones.



Google Analytics como herramienta para medir la performance de mi página web y campañas en Google Ads.

Certificación en el uso de Google Analytics a través de la Google Analytics Academy.

Aprendizajes esperados (conocimientos)

¿Por qué es importante la página web dentro de mi estrategia de marketing digital?

¿Cómo construir mi página web? ¿Qué debo tener en cuenta a la hora de contratar a un profesional para que la construya?

¿Cuándo y cómo utilizar plataformas de ventas online (e-commerce)?

¿Cómo hacer para que mi sitio aparezca en las búsquedas de Google?

¿Cómo medir el éxito de mi estrategia digital?

Aprendizajes esperados (herramientas)

Metodologías para definir la evolución del sitio web.

Sitios para crear tu propia web:

Google Mi Negocio: plataforma para crear tu propia web en Google para pequeñas y medianas empresas.

Mercado Shops: ventas a través de Mercado Libre.

Tienda Nube.

Shopify.

Entorno Google para potenciar tu estrategia digital:

Google Ads: cómo hacer publicidad en Google.

Google Analytics: métricas para medir el rendimiento.

### **Módulo 3: Social Media Marketing**

Contenido

Parte I: Introducción a Social Media Marketing

Principales tendencias en social media.

Definición de Social Media Marketing y el rol dentro del mix de medios.

Identificación del customer journey.

Estrategias full-funnel, branding y performance.

Parte II: Herramientas para lograr el éxito del negocio en Social Media

Marca y posicionamiento en social media.

Generación de contenido de marca y el uso de storytelling como factor de éxito.

Vínculo entre la estrategia de segmentación y la creación de audiencias.

Estructuras óptimas de campañas.

Soluciones para generar conversiones, tanto offline como online, a través de social media.

Uso de Ads Manager para gestionar campañas en Facebook e Instagram.

Medición de performance digital y retorno de la inversión en Social Media.

Aprendizajes esperados (conocimientos)

¿Por qué es importante social media dentro de mi estrategia de marketing?

¿Cómo construir una estrategia de social media?

¿Cómo generar una presencia de marca relevante en social media?



¿Cómo puedo generar conversiones (venta u otras acciones) a través de social media?  
¿Cómo medir el éxito de mi estrategia digital en social media?

Aprendizajes esperados (herramientas)

Metodologías para definir estrategias óptimas de campañas.

Uso de la herramienta de Facebook Ads Manager.