

ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL

MODALIDAD
Presencial

DURACIÓN
130 horas

REQUISITOS ACADÉMICOS
Nivel 3 (BACHILLER)

OBJETIVOS GENERALES

Realizando este curso aprenderás a diseñar una estrategia de marketing omnicanal de captación y crecimiento del negocio para alcanzar y superar los objetivos marcados, seleccionando los canales, formatos y medios óptimos de acuerdo con la audiencia y el producto, a través de contenidos de calidad.

PROGRAMA FORMATIVO

- **Disciplinas y conceptos estratégicos del marketing digital**
 - Conocer los fundamentos del marketing omnicanal e identificar las disciplinas y conceptos estratégicos del marketing digital, necesarios para elaborar una adecuada estrategia de captación y de crecimiento de negocio.
- **Plan de marketing digital**
 - Aprender cómo plantear una estrategia de branding, entendiendo cómo y cuándo aplicar una estrategia de inbound/outbound, para la atracción y captación de leads cualificados, así como una estrategia de performance para la conversión de leads a clientes.
- **Digital content plan & branded content**
 - Asimilar la importancia del Branded Content y cómo trabajarlo, adquiriendo los conceptos de buyer persona, lifecycle, lead captation & nurturing y atracción, para desarrollar un plan de contenidos.

➤ **Procesos, herramientas y canales del Inbound marketing**

- Definir, crear y ejecutar una estrategia de Inbound Marketing, aplicando las disciplinas específicas del mismo, que aporte valor a todas las fases del Customer Journey, empatizando y entendiendo las necesidades y oportunidades de los potenciales clientes, conociendo y creando relaciones con el prospect durante su ciclo de vida y nutriendo esas relaciones para captarlo como cliente.

➤ **Marketing en buscadores**

- Plantear una estrategia de SEM completa, efectiva y rentable, dominando los distintos tipos de publicidad: digital, programática, social... y conociendo las particularidades de cada canal o medio, que forman parte de una estrategia de marketing global omnicanal.

➤ **Social media marketing**

- Implementar una estrategia omnicanal social media utilizando los distintitos formatos publicitarios de las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube Ads...

➤ **Habilidades y competencias de gestión, personales y sociales, para el entorno digital**

- Conocer el nuevo entorno laboral VUCA, que requiere del dominio de herramientas de trabajo en red, colaborativas, ágiles; así como de las habilidades y competencias que se exigen para ser competitivo en el nuevo entorno digital.