

Experto Certificado en Marketing Digital - DMCE

Código: JOIN-011

Propuesta de Valor: CERTJOIN

Duración: 24 Horas



Actualmente tenemos un registro que el mundo cuenta con 4.388 millones de usuarios usando internet, es decir, 57% de la población mundial.

Esto nos dice que cada vez son más los usuarios que tienen acceso al servicio y por tanto son oportunidades para las empresas/marcas de tener presencia y generar más clientes potenciales y por supuesto existen nuevas oportunidades laborales, es por ello que creamos el esquema Digital Marketing Certified Expert [DMCE] en el cual brindamos una explicación detallada sobre los temas más relevantes de Marketing Digital, así como los diferenciadores del Marketing Tradicional, se tocan puntos muy importantes que todo experto debe conocer, como Remarketing, SEO, CPC, CPM, asimismo, brindamos herramientas indispensables para el manejo de las plataformas digitales con mayor afluencia de usuarios.

AUDIENCIA

Dirigido a :

- Estudiantes de ciencias de la comunicación.
- Profesionales de Marketing.

PRE REQUISITOS

- No tiene prerequisites previos

OBJETIVOS

- Aprender las principales diferencias entre Marketing Tradicional y Marketing Digital.
- Generar contenido de valor para mantener cautiva a la comunidad.

CERTIFICACIÓN DISPONIBLE

- Este curso lo prepara para el examen: Digital Marketing Certified Expert - DMCE.
- Certificado oficial de **CertJOIN**.



CONTENIDO

1. MARKETING

- 1.1. MARKETING
- 1.2. EVOLUCION 4.0
- 1.3. WEB 2.0
- 1.4. MARKETING DIGITAL

2. DIFERENCIAS ENTRE MARKETING TRADICIONAL Y MARKETING DIGITAL

- 2.1. MARKETING TRADICIONAL
- 2.2. MARKETING DIGITAL
- 2.3. WEB 3.0 VS WEB 4.0

3. RAMAS DEL MARKETING DIGITAL

- 3.1. POSICIONAMIENTO WEB (SEO)
- 3.2. MARKETING DE CONTENIDOS

4. FUNNEL(EMBUDO DE CONVERSIÓN)

- 4.1. ETAPAS DE COMPORTAMIENTO DE UN CLIENTE
- 4.2. EMBUDO DE VENTAS
- 4.3. CONVERSIÓN DIGITAL
- 4.4. LANDING PAGE

5. MOTORES DE BÚSQUEDA

- 5.1. MOTORES DE BÚSQUEDA

6. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO(SEO)

- 6.1. ¿QUÉ ES EL SEO?
- 6.2. ¿CÓMO FUNCIONA UN MOTOR DE BÚSQUEDA?
- 6.3. ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR TU POSICIONAMIENTO
- 6.4. PALABRAS CLAVE
- 6.5. OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB
- 6.6. RANKEO DE TU SITIO
- 6.7. HERRAMIENTAS DE MONITOREO DE GOOGLE Y EXTERNAS

6.8. PENALIZACIONES

7. POSICIONAMIENTO PAUTADO(SEM)

7.1. GOOFLE ADS

7.2. TIPO DE CAMPAÑAS EN GOOGLE ADS

7.3. CÓMO FUNCIONA GOOGLE ADS

7.4. POLÍTICAS DE GOOGLE ADS

7.5. TÉRMINO DE BÚSQUEDA

7.6. PALABRAS CLAVES(KEYWORDS)

7.7. HERRAMIENTAS PARA OBTENCIÓN DE PALABRAS CLAVE

7.8. QUALITY SCORE

7.9. CTR

7.10. AD RELEVANCE

7.11. LANDING PAGE EXPERIENCE

8. FACEBOOK ADS

8.1. ¿CÓMO FUNCIONA FACEBOOK ADS?

8.2. INTERESES Y COMPORTAMIENTO EN FACEBOOK

8.3. ¿ES PARA MI FACEBOOK?

8.4. GIROS DE NEGOCIO QUE FUNCIONAN EN FACEBOOK

8.5. IDENTIFICAR SI TU NEGOCIO FUNCIONA EN FACEBOOK

8.6. COSTOS DE FACEBOOK

8.7. COMPARATIVA DE COSTOS CON OTRAS PLATAFORMAS

8.8. HERRAMIENTAS DE FACEBOOK

8.9. ARQUITECTURA DE FACEBOOK

9. INSTAGRAM

9.1. INSTAGRAM ADS

9.2. CAMBIAR PERFIL PERSONAL A PERDIL EMPRESA

9.3. HERRAMIENTA PARA AUTOMATIZACIÓN DE PUBLICACIONES

10. MANYCHAT

- 10.1. ¿QUÉ ES UN BOT?
- 10.2. DIFERENTES PROPÓSITOS DE LOS BOTS
- 10.3. UN BOT DE VENTA
- 10.4. CONFIGURACIÓN BÁSICA DE MANYCHAT
- 10.5. BOT DE VENTA
- 10.6. IMPLMENTACIÓN DE PAGOS
- 10.7. PROGRAMACIÓN DE SEGUIMIENTO

11. REMARKETING

- 11.1. ¿QUÉ ES EL REMARKETING?
- 11.2. CÓMO FUNCIONA EL REMARKETING
- 11.3. VENTAJAS DE REMARKETING
- 11.4. PROCEDIMIENTO GENERACIÓN DE CAMPAÑA DE REMARKETING

BENEFICIOS

- Al finalizar el curso el estudiante Implementara nuevas tecnologías en los medios digitales con más presencia para una marca.