

DDA

INSTITUTO DE
DESARROLLO ACADEMICO

Analista en Marketing Digital



Presentación:

La carrera de Analista en Marketing que ofrece IDDA, procura brindar al estudiante una formación que combine el análisis de los conceptos del Marketing, con lo que constituyen sus técnicas de aplicación concreta en base al marco teórico, casos prácticos y work shop. Se adquirirán conocimientos del marketing en general y se hará hincapié en las áreas de Social Media, SEO y SEM.

Objetivos:

Facilitar los conocimientos básicos del marketing. Adentrarse en la investigación de mercados.

Decidir sobre el diseño del producto en función de las necesidades del mercado y la fijación de precios. Conocer los elementos y variables de las transacciones comerciales.

Gestionar la organización del departamento comercial.

Ofrecer las herramientas y la estrategia necesaria para diseñar y ejecutar una estrategia de contenidos que aporte un valor relevante a la consecución del desempeño profesional.

Capacitar al estudiante para que logre comprender y utilizar las herramientas del mundo online al servicio de los objetivos de Marketing, fortaleciendo sus competencias digitales.

Materiales didácticos:

Se contará con apoyo de soportes audiovisuales, así como los recursos y materiales brindados por la institución y los docentes.

Sistema de Enseñanza:

La carrera se desarrolla a través de clases online en formato modular y horario flexible que permite al estudiante insertarse en cada uno de los módulos individuales, debiendo completar la totalidad de los mismos para obtener la certificación final.

Público Objetivo

- Dirigido a personas que deseen introducirse en el mundo del marketing digital
- Empresarios que requieran herramientas para el desarrollo comercial de su emprendimiento.
- Profesionales, gerentes y trabajadores que el desarrollo de sus actividades demanda un conocimiento exhaustivo de esta disciplina.
- Emprendedores que necesitan adquirir herramientas comerciales, ya sea para aprender a como vender su producto y realizar campañas de marketing digital con el fin de atraer clientes.

Perfil del egresado

El Analista en Marketing es una persona capacitada, teórica y prácticamente para ejercer la profesión en los diferentes ámbitos. Trabaja en las áreas de asistencia y asesoramiento de empresas en lo relativo a la planificación, organización, ejecución y control del departamento o área comercial (comunicación, ventas, publicidad, etc.). Puede desarrollar su tarea a nivel empresarial, gerencial o de consultoría. Es capaz de desarrollar su labor en forma comprometida moralmente a través de la aplicación del conocimiento de esta profesión, así como tiene conocimientos suficientes para diseñar planes estratégicos, referidos a diversas temáticas que componen el quehacer de esta disciplina.

Carga horaria y frecuencia:

Dos veces por semana de dos horas
cada clase. Total de 52 horas.

Duración:

Aprox. 3 meses

Contenidos del Programa

Temario - módulos

MÓDULO 1 : INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Objetivo: El alumno adquirirá todos los conocimientos generales sobre marketing digital, planificación y estrategia.

Duración: 10

HS Temario:

¿Qué es el Marketing?

- Concepto de Marketing
- Funciones y estrategia de Marketing
- Modelo de las 4P
- Necesidad, deseo y demanda
- Marketing tradicional y Marketing digital diferencias y canales

Conceptos clave de Marketing digital

- Estrategia multicanal y omnicanal
- Inbound y Outbound Marketing
- Embudo de conversión
- Viaje del consumidor
- Momentos de la verdad
- Mix de medios

Branding

- Claves para conseguir el éxito sostenido de la marca
- La marca del distribuidor

Plan de marketing digital

- Estructura de un plan de marketing
- Resumen ejecutivo - BRIEF
- Objetivos y métricas (objetivos SMART)
- Análisis de situación de mercado (FODA) y digital (externa e interna)
- Público objetivo (buyer persona y segmentación)
- Presupuesto
- Plan de acción
- Análisis y conclusiones

MÓDULO 2: EMAIL MARKETING

Objetivo: El alumno adquirirá los conocimientos para realizar una campaña de email marketing en todas sus variantes.

Duración: 10

HS Temario:

Introducción

- Concepto
- Principales objetivos
- Por qué incluir email marketing en tu estrategia
- Componentes de una campaña de email.

Listas de suscriptores y segmentación

- Cómo construir una lista de emails
- Cómo importar/subir los datos
- Tipos de datos y su uso.

Segmentación

- Criterios de segmentación
- Diferencias entre los conceptos lista de contactos/segmentos.

Tipos de campaña de email marketing.

- Estructura de una campaña y diseño
- Personalización de contenido
- Responsive emails/mobile first.

A/B testing en email marketing.

- KPIs: KPIs de performance
- Fórmulas
- KPIs aplicados a A/B testing y benchmarks por industria

Reporting en mailchimp

- UTM/analytics y cómo trackear mis campañas de email.

Entregabilidad

Automatización en email marketing.

MÓDULO 3: SOCIAL MEDIA

Objetivo: El alumno aprenderá a realizar un cronograma de contenidos para gestionar las redes sociales de cualquier empresa y a su vez, medir los resultados de las campañas realizadas.

Duración: 16

HS Temario:

- **Redes sociales:**
 - Clasificación
 - Funciones y características para su uso comercial
 - el algoritmo, KPIs principales.

- **Estrategia de Contenidos para Social Media**
 - ¿qué publicar, cómo, dónde y cuándo?
 - Selección de canales sociales, tono y voz y Look & Feel.

- **Facebook:**
 - Configuración de fanpage
 - Facebook Insights
 - Creación de contenidos
 - Programación
 - Monitoreo

- **Instagram:**
 - Perfil de empresa
 - Configuración
 - Estadísticas.
 - Tips y claves para generar contenidos y estrategias.
 - Monitoreo.

- **Business Manager:**
 - Objetivos y conjuntos de anuncios
 - Públicos personalizados
 - presupuesto y Píxel.

- **Twitter:**
 - Twitter Analytics
 - Twitter Ads

- **LinkedIn:**
 - plataforma
 - marca personal
 - perfil de empresa
 - anuncios laborales.

- **Reportes:**
- personalización del reporte
- análisis e interpretación.
- Optimización.
- Casos (bajo alcance, alto CPC, baja conversión).

Cronograma de contenidos

- Que es un cronograma de contenidos
- Como realizar un cronograma de contenidos

MODULO 4: SEM "GOOGLE ADS" y SEO

Objetivo: El alumno adquirirá los conocimientos para publicitar en Google, en todos sus formatos y adquirirá las herramientas necesarias para poder aumentar el posicionamiento orgánico de una página web.

Duración: 16

HS Temario:

Qué es SEM

- Diferencias entre SEO y SEM.
- Plataformas de SEM y buscadores

Google Ads.

- Presentación de la plataforma y sus diferentes redes
- Search, Display y Youtube.
- Jerarquías de cuentas
- Permisos
- formas de pago
- cómo enlazar cuentas y tipos de campaña.

Red de Búsqueda :

- conceptos básicos
- nivel de calidad
- proceso de subasta y KPI's de Búsqueda.

Estructura y planificación de la campaña:

- palabras clave
- término de búsqueda.
- Anuncios y configuración
- anuncios de texto

Red de Display:

- Concepto
- para qué sirve y cuándo usarla.
- Formatos, segmentaciones.
- Planificador de Display.
- KPI's de Display.
- Configuración de campaña .

- **Remarketing:**
 - Definición
 - audiencias y para qué sirve.

- **Conversiones:**
 - Concepto
 - cómo configurarlas.
 - KPI's de conversiones.
 - Conversión de Ads y conversión de Analytics.

- **SEO:**
 - Fundamentos y potencial
 - Keyword Research
 - SEO on-page y SEO off-page

Beneficios del alumno y egresado

Descuentos para egresados y familiares

Tenemos como objetivo promover la educación, y es por ello que ofrecemos a los allegados de estudiantes y egresados la posibilidad de acceder a descuentos que permitan formar no solo al individuo, si no también a quienes les rodea, logrando que la educación sea un valor importante en la familia que se contagie y conlleve historias de éxito, experiencias y conocimiento.

Talleres y seminarios complementarios

En IDDA no creemos en los límites de las personas, por lo cual creamos talleres que ayuden a mejorar la educación y el entendimiento introduciendo a los alumnos en talleres que faciliten y mejoren el rendimiento de su carrera, complementándolo con conocimientos complementarios.