

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

MARKETING DIGITAL

DESCRIPCIÓN GENERAL

La evolución de la tecnología ha transformado la manera en que las personas interactúan, el uso de las redes sociales, mensajería instantánea, aplicaciones móviles y el acceso a los smartphones como parte de nuestra vida diaria es ya una realidad.

Como profesionales debemos estar preparados para poder comunicarnos de manera efectiva en este nuevo entorno. Si queremos entregar el mensaje adecuado utilizando los medios digitales, tenemos que tener presente todas las recomendaciones y buenas prácticas para poder lograr la atención de los consumidores. En ese sentido, de nada nos sirve tener un millón de fans en Facebook si solo interactúan diez o veinte o de nada nos sirve tener la mejor página web o aplicación móvil si no tenemos visitantes o usuarios activos que la aprovechen.

De igual manera debemos entender cómo podemos aprovechar toda la información que dejan los consumidores cuando utilizan nuestros medios digitales y aprovechar este insumo para anticiparnos y entender su comportamiento para sorprenderlo con un mensaje oportuno, relevante y que sea enviado por el canal adecuado.

Este curso brindará los conocimientos necesarios para poder entender este entorno y conocer las recomendaciones y buenas prácticas para generar campañas digitales inteligentes que generen “engagement” con el cliente y por ende logremos nuestros objetivos.

DIRIGIDO A

Este curso está dirigido a profesionales que quieren complementar los conocimientos de marketing tradicional y quieren aprender sobre las herramientas digitales. Igualmente a todas las personas que quieran aprender sobre cómo las nuevas tecnologías, estrategias de marketing digital y redes sociales, los pueden ayudar con sus objetivos de venta y posicionamiento. Finalmente a cualquier persona que quiera actualizarse sobre las nuevas tendencias globales de Marketing Digital y Redes Sociales.

OBJETIVOS

El presente curso tiene como propósito principal brindar al participante los conocimientos necesarios para tener una visión general del marketing digital, entender al nuevo consumidor digital para poder generar “engagement” en el desarrollo de sus campañas digitales.

TEMARIO

Introducción al Marketing Digital

- Definición de Marketing Digital
- Definición de un Plan de Marketing Digital
- Tácticas de Marketing Digital
- Perfiles digitales demandados por las empresas
- Blended Marketing vs Marketing 2.0

Introducción a los Modelos de Negocio y el impacto del entorno digital

- Elaboración de un Business Canvas
- Modelos de negocio en Internet
- El cambio en la relación con el consumidor

El Proceso Creativo en el entorno digital. Marketing de Contenidos

- Importancia del Proceso Creativo para una exitosa estrategia digital
- Técnicas de generación de ideas: Design Thinking
- Fundamentos de Marketing de Contenidos

User Experience Design (UX). Diseño de un Sitio Web

- Qué es UX. Diseño de la Experiencia de Usuario.
- Construcción y desarrollo de un Web Site

Métricas y Web Analytics - Fundamentos

- La importancia de la medición en Internet: ¿qué medir? ¿cuánto medir? ¿cuándo medir? ¿por qué medir?

Introducción al Social Media Marketing y la Publicidad Digital

- Marketing en Redes Sociales
- Estrategia para la empresa en Redes Sociales
- Análisis de principales redes
- SEM: Fundamentos de la publicidad digital

Introducción al Marketing Móvil y el Posicionamiento en Buscadores

- Introducción al mundo móvil
- El mundo de las APPs
- Proximity Marketing y Geolocalización
- SEO: Fundamentos de posicionamiento en buscadores

Introducción al Comercio Electrónico

- Modelos de negocio y factores clave de éxito
- Aplicación de 4Ps del Marketing (precio, producto, plaza y promoción) al comercio electrónico
- El comercio electrónico en Perú. Pasarelas de Pago

Introducción a Email Marketing, Affiliate y Video Marketing

- Fundamentos de Email Marketing
- Marketing de Afiliados
- Video Marketing

EXPOSITOR: GIULIO MARCHENA SEKLI

El profesor Marchena es Master of Business Administration (MBA) por la escuela de negocios CENTRUM Católica del Perú y EADA Business School de Barcelona. Licenciado en Ingeniería de Sistemas por la Universidad Inca Garcilaso de la Vega (UIGV). Certificado en Mejores Prácticas ITIL y tecnologías Microsoft.

En relación a su experiencia profesional, se ha desempeñado como consultor senior en Microsoft Perú. Jefe de Proyectos en la consultora española Gesfor Osmos. Gerente Adjunto de Gestión de Servicios de TI y Gerente Adjunto de Arquitectura Empresarial en el Banco de Crédito del Perú (BCP). Jefe de Marketing e Information Worker en Microhelp Perú.

En relación a su experiencia como docente ha impartido cursos desde hace más de 10 años en las siguientes instituciones: Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Microhelp, Cámara de Comercio de Lima, Cibertec y actualmente en CENTRUM Católica del Perú en las direcciones de Operaciones, TI y Marketing.

DURACIÓN: 24 HORAS

DIAS: MARTES