

Curso: Marketing Digital

Contenidos Mínimos

- Conceptos básicos del marketing online.
- Redes sociales: estrategia, creación de contenido.
- Publicidad digital: introducción a anuncios.
- Email marketing básico.
- SEO básico (posicionamiento web).
- Métricas y análisis simple de campañas.
- Gestión de marca personal o institucional.

Duración: 32 horas

Modalidad: Teórico–Práctica

Clases: 16 clases de 2 horas

Introducción

El Marketing Digital permite promocionar productos, servicios o marcas a través de internet utilizando estrategias basadas en datos, segmentación y automatización. Actualmente es una herramienta esencial para emprendedores, empresas y profesionales independientes.

Este curso brinda una formación integral en estrategias digitales, redes sociales, publicidad online, generación de contenido y análisis de métricas, orientado a resultados medibles.

Objetivos Generales

- Comprender el ecosistema del marketing digital.
- Diseñar estrategias digitales efectivas.
- Implementar campañas en redes sociales.
- Analizar métricas y optimizar resultados.
- Desarrollar un plan de marketing digital aplicable.

Objetivos Específicos

- Identificar público objetivo y segmentar audiencias.
- Crear contenido estratégico para redes sociales.
- Configurar campañas publicitarias básicas.
- Interpretar métricas clave (CTR, CPC, ROI).
- Diseñar embudos de venta simples.

- Desarrollar una estrategia digital integral.

Desarrollo por Clases (16 clases de 2 horas)

Clase 1 – Introducción al Marketing Digital

Se presentará el ecosistema digital actual y la diferencia entre marketing tradicional y digital. Se analizarán tendencias actuales y oportunidades para marcas y emprendedores.

Clase 2 – Público Objetivo y Buyer Persona

Se trabajará en segmentación de mercado y creación de perfiles de cliente ideal. Cada estudiante definirá el buyer persona para su proyecto.

Clase 3 – Branding Digital

Se abordará identidad de marca en entorno digital, tono de comunicación y propuesta de valor. Se trabajará en diferenciación competitiva.

Clase 4 – Redes Sociales Estratégicas

Se analizarán plataformas (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn) y su uso estratégico. Se definirá qué red conviene según el tipo de negocio.

Clase 5 – Creación de Contenido

Se trabajará en tipos de contenido: educativo, emocional, promocional y de autoridad. Se desarrollará un calendario editorial básico.

Clase 6 – Copywriting

Se enseñarán técnicas de redacción persuasiva, llamados a la acción y estructura de publicaciones efectivas.

Clase 7 – Publicidad en Redes (Meta Ads Básico)

Se explicará el funcionamiento del administrador de anuncios. Se creará una campaña básica con segmentación específica.

Clase 8 – Introducción a Google Ads

Se analizará publicidad en buscadores y palabras clave. Se diseñará una campaña de búsqueda simple.

Clase 9 – Métricas y Analítica

Se estudiarán indicadores clave: alcance, impresiones, CTR, CPC, CPA y ROI. Se aprenderá a interpretar resultados para optimizar campañas.

Clase 10 – Embudos de Venta

Se explicará el concepto de funnel (atracción, consideración, conversión). Se diseñará un embudo simple para un producto o servicio.

Clase 11 – Email Marketing

Se analizará captación de leads y automatización básica. Se diseñará una secuencia simple de correos.

Clase 12 – Estrategias Orgánicas vs Pagas

Se compararán estrategias sin inversión publicitaria y campañas pagas. Se analizarán ventajas y limitaciones.

Clase 13 – Marketing de Contenidos

Se trabajará en generación de autoridad mediante contenido educativo. Se planificará una estrategia de contenido a 30 días.

Clase 14 – Introducción al SEO

Se explicará posicionamiento orgánico básico, palabras clave y optimización de contenido.

Clase 15 – Desarrollo del Proyecto Final

Cada estudiante desarrollará un plan de marketing digital completo para un negocio real o ficticio.

Clase 16 – Presentación y Evaluación

Presentación del plan estratégico, análisis de objetivos, presupuesto estimado y métricas esperadas.

Evaluación

La evaluación será práctica y continua, considerando el desempeño en ejercicios y el proyecto final integrador.

Competencias Adquiridas

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comprender el ecosistema del marketing digital y diferenciar estrategias tradicionales de digitales, identificar y segmentar audiencias mediante la construcción de buyer personas, diseñar estrategias de branding y posicionamiento online, planificar y crear contenido estratégico para redes sociales, aplicar técnicas de copywriting persuasivo, configurar campañas publicitarias básicas en plataformas como Meta Ads Manager y Google Ads, interpretar métricas clave como CTR, CPC, CPA y ROI para optimizar resultados, diseñar embudos de venta efectivos, implementar acciones básicas de email marketing y automatización, aplicar fundamentos de SEO para posicionamiento orgánico, y desarrollar un plan de marketing digital integral orientado a objetivos medibles, presupuesto definido y resultados estratégicos.