

Curso: Marketing Digital y Redes Sociales para Emprendedores

Contenidos Mínimos

- Fundamentos del marketing digital.
- Estrategia de marca y posicionamiento.
- Redes sociales para negocios.
- Creación de contenidos.
- Diseño de campañas digitales.
- Publicidad en redes sociales.
- Herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing.
- Análisis de métricas y resultados.

Duración: 24 horas

Modalidad: Virtual Sincrónica

Clases: 16 clases de 1 hora y 30 minutos (todos los sábados)

Metodología: Teórico-práctica con predominio de actividades prácticas, creación de contenidos, desarrollo de campañas reales y utilización de herramientas digitales aplicadas a emprendimientos y negocios.

Introducción

Las redes sociales y el marketing digital se han convertido en herramientas indispensables para emprendedores, profesionales y pequeños negocios que buscan aumentar su visibilidad, captar clientes y generar ventas.

Este curso propone una formación práctica para diseñar estrategias digitales, crear contenido atractivo, gestionar redes sociales y utilizar herramientas actuales que permitan potenciar proyectos y emprendimientos en entornos digitales.

Objetivos Generales

- Comprender los fundamentos del marketing digital.
- Diseñar estrategias de comunicación para redes sociales.
- Crear contenidos orientados a objetivos comerciales.

- Gestionar campañas digitales para emprendedores.
- Analizar resultados y optimizar acciones de marketing.

Objetivos Específicos

- Definir una identidad digital para una marca o emprendimiento.
- Crear contenido para distintas plataformas.
- Utilizar herramientas de diseño y programación de publicaciones.
- Desarrollar campañas publicitarias básicas.
- Aplicar herramientas de IA para marketing.
- Interpretar métricas e indicadores digitales.
- Elaborar un plan de marketing digital para un emprendimiento.

Desarrollo por Clases (16 clases de 1 hora y 30 minutos)

Clase 1 – Introducción al Marketing Digital

Diagnóstico de emprendimientos y análisis de presencia digital.

Clase 2 – Marca Personal y Branding

Definición práctica de identidad, elementos de la marca, propuesta de valor y público objetivo.

Clase 3 – Redes Sociales para Negocios

Configuración y optimización de perfiles profesionales.

Clase 4 – Estrategia de Contenidos

Diseño de una planificación y calendario de contenidos para un emprendimiento real.

Clase 5 – Creación de Contenido Visual

Producción de imágenes y piezas gráficas utilizando herramientas digitales.

Clase 6 – Redacción para Redes Sociales

Taller práctico de copys, llamados a la acción y publicaciones efectivas.

Clase 7 – Herramientas de Diseño Digital

Aplicación práctica de Canva y otras plataformas de creación de contenido. Creación de videos cortos para redes sociales.

Clase 8 – Inteligencia Artificial para Marketing

Generación de contenidos, ideas y campañas mediante herramientas de IA.

Clase 9 – Publicidad en Redes Sociales

Diseño de campañas promocionales para Facebook e Instagram.

Clase 10 – Gestión de Comunidad

Prácticas de interacción con seguidores, clientes y potenciales compradores.

Clase 11 – Publicidad y gestión de Google y Google Ads.

Diseño de estrategias SEO y SEM

Clase 12 – Marketing para Emprendedores

Embudo de conversión. Desarrollo de acciones de promoción y captación de clientes.

Clase 13 – Métricas y Análisis de Resultados

Interpretación práctica de estadísticas e indicadores digitales. Herramientas de medición.

Clase 14 – Optimización de Estrategias

Mejora de campañas y contenidos a partir de resultados obtenidos.

Clase 15 – Proyecto Integrador

Diseño de un plan completo de marketing digital para un emprendimiento.

Clase 16 – Presentación y Evaluación

Exposición de proyectos y análisis de estrategias desarrolladas.

Evaluación

La evaluación será eminentemente práctica y continua, considerando la creación de contenidos, la participación en talleres, el desarrollo de campañas digitales y la elaboración de un plan de marketing digital aplicado a un emprendimiento real.

Competencias Adquiridas

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de diseñar estrategias de marketing digital, gestionar redes sociales profesionales, crear contenidos orientados a objetivos comerciales, utilizar herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing, desarrollar campañas promocionales y analizar resultados para mejorar el posicionamiento y crecimiento de emprendimientos y negocios.