

PERFIL CURSO DE “MARKETING DIGITAL”

OBJETIVOS

1. Dar a conocer al empresario la importancia del Marketing Digital para el posicionamiento de una marca, producto o servicio.
2. Dar a conocer al participante los conocimientos básicos en el posicionamiento Web de una empresa o negocio con el uso de los servicios de Google AdWords aplicando SEO y SEM.
3. Dar a conocer la implementación de SEO en el posicionamiento orgánico o natural de una Empresa o Negocio por Internet, de manera gratuita.
4. Dar a conocer la implementación de Campañas Publicitarias Online pagadas con SEM, presupuesto y alcance de la publicidad.
5. Dar a conocer al participante los conocimientos básicos la publicidad masiva con el uso de Email Marketing, Video Marketing y SMS Marketing.
6. Dar a conocer la implementación de Campañas de Email Marketing para una Empresa o Negocio por Internet manera gratuita y pagada.
7. Dar a conocer la implementación de Campañas Video Marketing para una Empresa o Negocio por Internet manera gratuita y pagada
8. Dar a conocer la implementación de Campañas SMS Marketing para una Empresa o Negocio por Internet manera pagada
9. Dar a conocer al participante las funciones e importancia de contar con un Community Manager y la posibilidad de poder convertirse en uno a corto plazo.
10. Dar a conocer las herramientas que utiliza el Community Manager para el posicionamiento de un producto o servicio y por ende de una marca.
11. Dar a conocer las técnicas aplicar para administrar las distintas redes sociales de una empresa o negocio de manera profesional.
12. Dar a conocer las métricas o realizar Análisis de tráfico y estadísticas de las Redes Sociales.

PÚBLICO OBJETIVO

Dirigido a emprendedores, micro, pequeños y medianos empresarios, estudiantes, personas con negocio y público en general interesado en aprender Marketing Digital y sus herramientas de trabajo.

DEL EXPOSITOR Y LA CERTIFICACIÓN

El expositor es el Ing. Yuri Rodríguez Alva, profesional en Sistemas con más de 20 años de experiencia, Gerente General del Grupo Dotnetperu EIRL y sus 7 divisiones, con más de 17 años de existencia orientada a la Asesoría y Consultoría Empresarial en Tecnologías de Información, Marketing y Publicidad y Capacitación y Especialización Online.

La certificación a entregar es doble, una de parte de PROIND y la otro Certificado Digital a nombre del Grupo Dotnetperu EIRL, por una cantidad de 48 horas efectivas.

DEL INICIO DEL CURSO

El Curso se llevará acabo según la fecha indicada:

Inicio: lunes 03 de julio de 2017

Duración: 08 semanas (80 horas efectivas)

Costo total: S/. 120.00 soles (Único pago)

Ing. Yuri Rodríguez Alva
Gerente General
GRUPO DOTNETPERU EIRL

PLAN CURRICULAR DEL CURSO DE MARKETING DIGITAL

El curso tiene una duración de 08 semanas (02 meses), el cual está dividido en el siguiente plan curricular:

PRIMER MES (40 HORAS)

Sesión 01: Marketing Digital, Plan de Marketing Digital y servicios ofrecidos.

Sesión 02: Web Semántica 3.0, herramientas de diagnóstico Web, HTML5 y CSS3.

Sesión 03: El SEO y el Posicionamiento Orgánico en Google.

Sesión 04: Campañas SEM para Posicionamiento Pagado.

Sesión 05: Email Marketing, administración de suscriptores y diseño de eFlyers.

Sesión 06: Video Marketing, monetización de videos en YouTube y edición de videos.

Sesión 07: Marketing SMS y herramientas de extracción y de envío.

Sesión 08: Examen Parcial.

Sesión 09: WhatsApp Marketing y QR Marketing.

Sesión 10: Generación de Mapas de Calor.

Sesión 11: Estadísticas, tendencias y métricas con Google Analytics y herramientas de SEO.

Sesión 12: Examen Final.

SEGUNDO MES (40 HORAS)

Sesión 01: El Community Manager y sus funciones.

Sesión 02: Social Media Optimization (SMO).

Sesión 03: Campañas para la generación de tráfico con Social Media Marketing (SMM).

Sesión 04: Marketing de Contenidos.

Sesión 05: Marketing Mobile.

Sesión 06: Reputación Online y curación de contenidos.

Sesión 07: Aplicaciones y herramientas para Facebook.

Sesión 08: Examen Parcial.

Sesión 09: Herramientas de Posteos automáticos y programados.

Sesión 10: Landing Page y la fidelización.

Sesión 11: Estadísticas, tendencias y métricas en Facebook.

Sesión 12: Examen Final.