

PROGRAMA CURSO - Marketing Digital - Julio 2017

Descripción del Curso

El objetivo del Bootcamp Especialista en Marketing Digital de Desafío Latam busca entregar la teoría y práctica en diferentes disciplinas/áreas del marketing digital para que los alumnos puedan desenvolverse dentro de una empresa, agencia o emprendimiento. Aprenderán a utilizar las herramientas que necesitan para guiar estratégicamente proyectos a nivel digital considerando: la planificación global, buenas prácticas del sitio web/tienda y redes sociales. Podrán reconocer cuándo una página tiene la calidad necesaria para generar conversiones, podrán entender por qué un sitio no se indexa o por qué se indexa de una forma extraña. Se busca que los egresados puedan entrar a la conversación fácilmente con el equipo de desarrollo y de marketing digital, sabrán cómo mejorar requerimientos a estos equipos en una organización.

Aprenderán a plantear una propuesta de medición de un sitio web, tienda o app, entendiendo y aplicando el funcionamiento de Google Tag Manager y Google Analytics. Al finalizar el curso podrán plantear una planificación de la medición y entender su forma de trabajo, sus contextos y etapas. Podrán integrar y crear todo lo necesario para aplicar re-marketing en medios. Entraremos a Google Analytics desde su configuración, políticas de privacidad y comprensión de los datos para terminar en un planteamiento de una mejora continua del negocio en base al A/B testing y la mejora de experiencia de compra/conversión.

En un taller práctico en donde se trabajará con sitios y empresas reales, para enfrentar los contenidos aprendidos en un contexto real, de manera de aplicar las herramientas de manera inmediata.



Programa

Análisis y Estrategia

1. Estrategias, Objetivos y KPIs
 - 1.1 Qué es la estrategia
 - 1.2 Qué se entiende por análisis y objetivos en el contexto digital
 1. Tipos de análisis
 1. Cuantitativo
 2. Cualitativo
 2. Evolución del análisis en digital
 1. Por donde comenzó
 2. En que está actualmente
 3. Hacia donde va
 3. Metodologías de trabajo para la obtención de datos
 1. Sistemas de pulso y censales
 2. Research digital.
 3. Medición del negocio y planificación de marketing.
 4. Obtención de datos del cliente/segmento.
 5. Fuentes secundarias
 4. Tipos de objetivos
 1. Alcance
 2. Adquisición
 3. Comportamiento
 4. Venta/Económico



1.3 Caso Practico

1. Dado el caso; Generar la estrategia
 - a. Entregar objetivo comercial
 - b. Entregar objetivo comunicacional
2. Análisis: Definir la audiencia o el segmento
 - a. Uso de información secundaria
 - i. Entregar estudios actualizados 2016/2017 acerca de la sociedad chilena en digital
3. Definición
 - a. Escoger el segmento / audiencia
 - i. Determinar la cantidad y su ubicación
 - ii. Entregar datos demográficos y de intereses
 - iii. Señalar las plataformas digitales que usan
 - b. Definir los canales de contacto (con información de los estudios entregados)
 - i. Explicar el uso de se dará a cada canal escogido (objetivos)
 - ii. Señalar algunos KPI para medir los objetivos
4. Aplicación
 - a. Presentar a la clase
 - i. La creación de este caso nos ayudará a detectar fortalezas y debilidades del curso que nos permitirán guiar el esfuerzo a los siguientes módulos. Aparte del caso solicitado evaluaremos:
 1. Síntesis de la información y aplicación a un plan estratégico
 2. Capacidad de estructurar una presentación con información relevante
 3. Grado de comprensión de conceptos básicos digitales vistos en el módulo



Rol y Aplicación de los Canales

1. Introducción ¿cuáles son los canales digitales?
 - a. El ecosistema
 - Troncal
 - Apoyo
 - 2.1 Sitio Web
 - E-commerce
 - E-business
 - Blog
 - Landing Pages
 - 2.1.2 SEO en el sitio web
 - SEO básico
 - SEO avanzado
 - Open Graph
 - ASO básico
 - ORM básico
 - 2.1.3 SEM & Display
 - Métricas y Dimensiones en AdWords
 - Estimaciones de búsquedas y rendimientos
 - Tipos de Keywords y formas de segmentar
 - Planificación de campañas
 - Uso Google AdWords Editor
 - Puesta en Marcha Campaña Search



2.2 Redes Sociales

2.2.1 Facebook

- Páginas de Negocios
 - Tabs
 - Tienda
 - Servicios
 - Eventos
 - Comentarios y rating
 - Notas
 - Videos
- Formatos de publicación
 - Tipos de publicaciones orgánicas
 - Tipos de publicaciones pagadas
 - Tipos de pagos
- Formatos de conversación
 - Orgánicos
 - Pagados
- Herramientas
 - Administrador Comercial
 - Administrador de anuncios
 - Segmentos
 - Facebook Insights
 - Ayuda de publicaciones
 - Blueprint
 - Pages (app)
 - Introducción al pixel de Facebook

2.2.2 Instagram

- Uso orgánico de instagram
 - Creación de una cuenta empresa



- Unión de la cuenta empresa con página de facebook
- Interacción con instagram a través de facebook
- Uso publicitario de instagram
 - Tipos de formatos
 - Tipos de pagos

2.2.3 YouTube

- Creación de un canal
 - Monetizar un canal / cuenta adsense
- Publicaciones pagadas en Youtube
 - Tipos de formato
 - YouTube Analytics

2.2.4 LinkedIn

- LinkedIn Business Pages
 - Uptades
 - Overview
 - Carrer Pages
 - Analytics
- LinkedIn páginas de productos
 - Analytics
- LinkedIn Learning

2.2.5 Twitter

- Uso de twitter en la empresa
- Formatos
- Twitter ads
- Twitter analytics

2.3 Mailing

- Gestores de correo masivo
- Estándares / UX
- Reglamentación / acuerdos
- Análisis de envíos



Retroalimentación de los Canales

1. Obtención de la información

- Métricas
 - Sin pixel
 - Con pixel
- Dimensiones aplicadas a las métricas
 - Dimensiones de medios digitales
 - Dimensiones del comportamiento
 - Dimensiones del negocio
- Scrolls y heatmaps
- Grabación de sesiones

1. Reporting de la información

2. Cómo analizar la información

- Búsqueda de insights
 - En los medios digitales
 - Search
 - Social Media
 - Comportamiento en sitio
- Propuestas de mejora
 - Mejoras en SEO
 - Mejoras en SEM
 - Mejoras en Facebook Ads
 - Optimización Web en base a testing y personalización
 - A/B test en los medios
 - A/B test en tienda/sitio web



Estudiantes Objetivos

Curso para la especialización en Marketing Digital. Es un barrido por diferentes áreas del tema, por lo que se recomienda mucho para: emprendedores que quieran aplicar los conocimientos en sus negocios, ejecutivos del área del marketing o las ventas que necesiten complementar sus conocimientos con las últimas herramientas del mundo digital, profesionales del área de la publicidad o comunicaciones que busquen una manera de actualizar sus conocimientos con habilidades muy necesarias en las empresas de hoy y personas en general que quieran un cambio de carrera en un mercado laboral de amplia oferta.

Profesores

Cristóbal Bello E.

Es Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y Diplomado de inteligencia de Clientes de la Universidad de Chile - Cuenta con la certificación de Google Analytics y experiencia en herramientas de optimización como Adobe Marketing Cloud.

Se ha desarrollado en el mundo del marketing digital en las áreas de analytics, medios y planificación digital, trabajando para clientes como CMR Falabella, Seguros Falabella, Banco BCI, Sodimac, Cinemark, Claro Chile, entre otros e-commerce del mundo del retail y financiero.

Felipe Sepúlveda R.

Es Publicista egresado de DuocUC – Cuenta con las certificaciones de Google Adwords Elementals / Advanced Search e Inbound Marketing de Hubspot. Se ha desarrollado en el mundo del Marketing Digital en las áreas de SEO, Strategy Planning y Digital Intelligence.

Conoce lenguaje Hipertextual y Wiki Code, lo que le ha permitido comprender las aplicaciones de SEO sobre desarrollos web estáticos y dinámicos (CMS, Wikis, E-commerce, E-Business, Foros). Comprende la utilidad de las redes sociales como acciones periféricas dentro de planes de SEO integrados, por lo que también está familiarizado con los estándares schema.org y open graph.



Horario y fechas

80 horas de clases divididas en 27 sesiones por 14 semanas.
Martes y Jueves desde el 25 de Julio de 19.00 a 22.00.

Desafío Latam

Desafío Latam es una academia digital para Latinoamérica. Contamos con cursos intensivos de programación en las últimas tendencias de desarrollo web, móvil y de videojuegos. Nuestros estudiantes van desde emprendedores, desarrolladores iniciales o entusiastas por la programación. Se cree que la mejor manera de aprender es haciendo, es por esto que se centra en proporcionar clases prácticas y experiencia real. Actualmente está presente en México, Chile y Colombia.

