

CURSO ONLINE

Técnico en Marketing Digital y Aplicaciones

Una formación integral que combina estrategia digital, tecnología avanzada y experiencia práctica para formar profesionales del marketing digital del futuro.

Índice de Módulos:

1. Estrategias Digitales y Planificación de Negocios
2. Herramientas Web y Gestión Digital de Proyectos
3. Comunicación Digital e Interfaces Interactivas
4. Comercio Electrónico, Marca y Experiencia de Cliente
5. Posicionamiento Online, Redes y Análisis de Mercado
6. Innovación Digital, Inteligencia Artificial y Neuromarketing
7. Marketing Operativo y Técnicas de Venta
8. Gestión de Contenidos y Medios Digitales
9. Estrategias Comerciales y Trade Marketing
10. Gestión de la Reputación y Comunicación Corporativa

Índice de Módulos Formativos

Estrategias Digitales y Planificación de Negocios

Fundamentos estratégicos para el éxito digital

Comunicación Digital e Interfaces Interactivas

Diseño y experiencia de usuario efectiva

Posicionamiento Online, Redes y Análisis de Mercado

Visibilidad y análisis de datos avanzado

Marketing Operativo y Técnicas de Venta

Tácticas efectivas para la conversión y cierre de ventas

Estrategias Comerciales y Trade Marketing

Planificación de acciones en el punto de venta digital

Herramientas Web y Gestión Digital de Proyectos

Tecnologías prácticas para la implementación

Comercio Electrónico, Marca y Experiencia de Cliente

Construcción de marcas digitales sólidas

Innovación Digital, Inteligencia Artificial y Neuromarketing

Tecnologías emergentes y psicología del consumidor

Gestión de Contenidos y Medios Digitales

Creación y distribución de contenido de valor

Gestión de la Reputación y Comunicación Corporativa

Construcción y protección de la imagen de marca

Módulo 1: Estrategias Digitales y Planificación de Negocios



Este módulo fundamental establece las bases para el éxito en el marketing digital, proporcionando las herramientas estratégicas esenciales para cualquier profesional del sector.



Identificación Estratégica

Cliente, competencia y propuesta de valor



Planificación Digital

Objetivos claros y recursos optimizados

Introducción práctica a la estrategia digital

Aprenderás a identificar al cliente ideal, analizar la competencia de manera efectiva y desarrollar una propuesta de valor diferenciadora que destaque en el mercado digital.

Diseño de planes de marketing digital

Desarrollarás habilidades para crear planes estratégicos con objetivos medibles, cronogramas realistas y recursos perfectamente ajustados a las necesidades del proyecto.

Nuevos modelos de negocio digitales

Explorarás modelos innovadores como freemium, suscripciones, marketplace y economía colaborativa, aplicándolos a casos reales de empresas exitosas.

Análisis del entorno y competencia

Dominarás técnicas avanzadas de investigación competitiva, análisis DAFO digital y herramientas de monitorización del mercado para tomar decisiones informadas.

Elaboración de presupuestos orientados a la acción

Aprenderás a crear presupuestos de marketing digital realistas, con distribución estratégica de recursos y métricas de ROI claras para cada iniciativa.

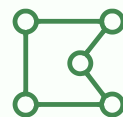
Módulo 2: Herramientas Web y Gestión Digital de Proyectos

Domina las herramientas tecnológicas esenciales para crear presencia digital profesional y gestionar proyectos de marketing de manera eficiente.



WordPress Profesional

Construcción de páginas web orientadas a negocios con WordPress. Aprenderás desde la instalación básica hasta la optimización avanzada para conversiones.



Personalización Avanzada

Personalización práctica de plantillas, selección e implementación de plugins estratégicos que potencien la funcionalidad y el rendimiento de tu sitio web.



Gestión Digital de Proyectos

Herramientas digitales para coordinar equipos remotos, gestionar tareas, establecer cronogramas y mantener la productividad en proyectos complejos.

Comunicación Digital Optimizada

- Canales de comunicación efectivos
- Automatización de respuestas
- Gestión de relaciones con clientes
- Colaboración en tiempo real

Análisis de Datos Básico

- Métricas fundamentales de rendimiento
- Interpretación de datos de tráfico
- Optimización basada en resultados
- Reportes automatizados

Módulo 3: Comunicación Digital e Interfaces Interactivas

Dominar las estrategias de comunicación digital y el diseño de interfaces interactivas para crear experiencias de usuario excepcionales y construir una presencia digital efectiva.

Resultados de Aprendizaje:

- Diseñar y evaluar interfaces de usuario (UI) y experiencias de usuario (UX) para sitios web y aplicaciones móviles.
- Aplicar principios de diseño visual y accesibilidad en la creación de contenidos digitales.
- Integrar estratégicamente recursos multimedia (imagen, vídeo, audio) para enriquecer la comunicación.
- Desarrollar habilidades avanzadas para la comunicación estratégica y persuasiva en diferentes plataformas digitales.
- Implementar técnicas de gestión de la reputación digital y comunicación de crisis.



Principios de Diseño Visual

Teoría del color, tipografía, composición.



Diseño de Interfaces Intuitivas (UI/UX)

Usabilidad, accesibilidad, wireframes y prototipado.



Recursos Multimedia en Digital

Edición e integración de imagen, vídeo y audio.



Comunicación Estratégica Digital

Storytelling, tono de voz, adaptación a plataformas.

"La comunicación digital efectiva no solo informa, sino que conecta emocionalmente con la audiencia y genera acción."

Gestión de la Reputación Digital

Monitorización, gestión de crisis, branding online.

Módulo 4: Comercio Electrónico, Marca y Experiencia de Cliente

E-commerce Estratégico

Creación y gestión integral de plataformas de comercio electrónico

Experiencia de Cliente

Herramientas para mejorar percepción y fidelización



Branding Digital

Construcción y mantenimiento de marcas sólidas en el entorno digital

Marca Personal

Desarrollo de la marca personal como herramienta de negocio

Trade Marketing

Estrategias para puntos de venta físicos y digitales

Plataformas de E-commerce

Aprenderás a seleccionar, configurar y optimizar plataformas como Shopify, WooCommerce y Magento, enfocándote en la conversión y la experiencia de compra.

- Configuración de catálogos de productos
- Sistemas de pago seguros
- Logística y fulfillment
- Optimización de conversiones



Construcción de Marca Digital

Desarrollarás identidades de marca coherentes y memorables, desde la conceptualización hasta la implementación en todos los puntos de contacto digitales.

Módulo 5: Posicionamiento Online, Redes y Análisis de Mercado

SEO y SEM Aplicado

Optimización integral para buscadores con enfoque práctico y resultados medibles



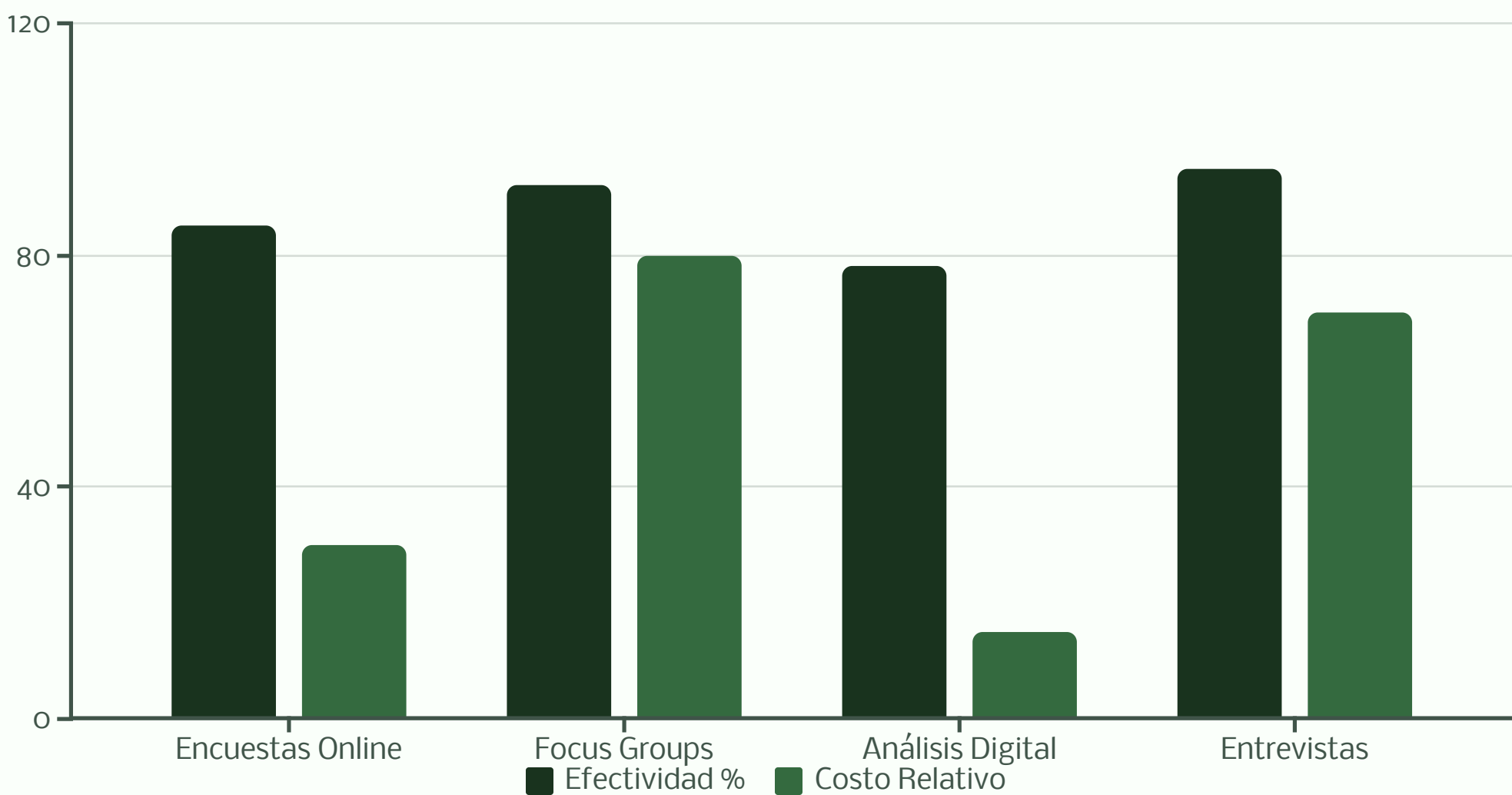
Estrategias en Redes Sociales

Creación de contenido viral y gestión profesional de comunidades online



Monitorización Digital

Seguimiento de reputación online y gestión proactiva de comentarios



El gráfico muestra la efectividad y costo relativo de diferentes técnicas de investigación de mercado, fundamentales para la toma de decisiones estratégicas.

Investigación de Mercados

Técnicas básicas: encuestas, cuestionarios y muestreo estadístico para obtener insights valiosos del mercado objetivo.

Analítica Digital Avanzada

Herramientas como Google Analytics, SEMrush y Hootsuite para evaluar resultados y optimizar campañas de marketing digital.

1

2

3

Análisis de Stakeholders

Evaluación profunda de clientes y proveedores para optimizar la cadena de valor y mejorar las relaciones comerciales.

Módulo 6: Innovación Digital, Inteligencia Artificial y Neuromarketing

Inteligencia Artificial

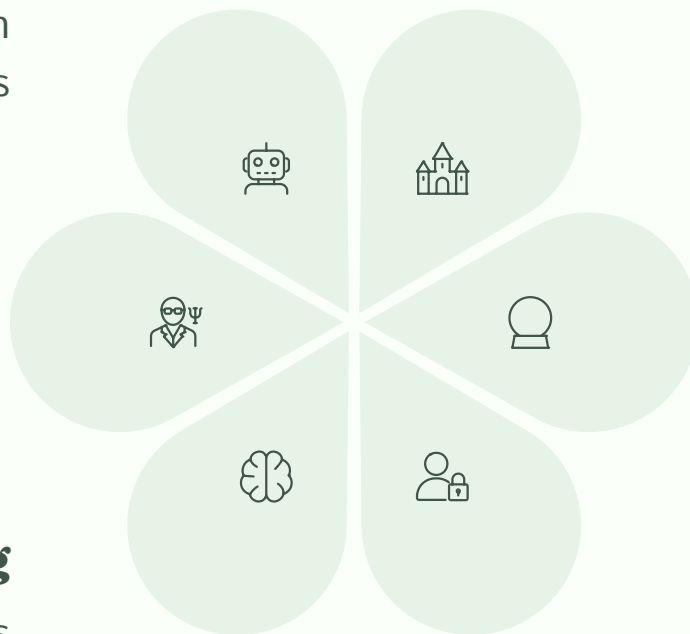
Aplicaciones prácticas de IA en marketing digital y automatización de procesos

Psicología del Consumidor

Marketing sensorial y técnicas de persuasión basadas en evidencia científica

Neuromarketing

Comprensión científica de los procesos cerebrales en las decisiones de compra



Automatización

Chatbots, asistentes virtuales y sistemas de notificaciones inteligentes

Análisis Predictivo

Anticipación de comportamientos y tendencias de consumo futuras

Experiencia UX

Diseño centrado en el usuario como eje fundamental del éxito digital

Tecnologías Emergentes

Este módulo avanzado te prepara para el futuro del marketing digital, integrando las últimas innovaciones tecnológicas con principios fundamentales de psicología del consumidor.

- Machine Learning aplicado al marketing
- Personalización basada en datos
- Realidad aumentada y virtual
- Internet of Things (IoT) en marketing
- Blockchain para transparencia de marca



Tendencias Actuales:

Explorarás las últimas tendencias en innovación y tecnología, desde marketing conversacional hasta experiencias inmersivas que transforman la relación marca-consumidor.

¡Prepárate para liderar la revolución digital del marketing!

Módulo 7: Marketing Operativo y Técnicas de Venta

Objetivo: Conocer y aplicar herramientas de marketing operativo para ejecutar acciones comerciales efectivas.

Resultados de Aprendizaje:

- Diferenciar variables del marketing operativo
- Usar herramientas para el desarrollo de campañas
- Aplicar técnicas de venta orientadas a clientes
- Gestionar la relación con el cliente en entornos digitales

Contenidos:



Conceptos de marketing operativo



La venta y la atención al cliente



Variables y herramientas básicas



Ejecución práctica de campañas

Usar el mismo diseño visual que los módulos anteriores, con iconos apropiados para marketing operativo y ventas.

Módulo 8: Gestión de Contenidos y Medios Digitales

Objetivo: Crear, gestionar y evaluar contenidos digitales para redes sociales y plataformas online.

Resultados de Aprendizaje:

- Diseñar contenido audiovisual para redes
- Elaborar planes de marketing de contenidos
- Monitorizar y reportar resultados
- Gestionar comunidades digitales

Contenidos:



Marketing de contenidos



Imagen y vídeo digital aplicado al marketing



Redes sociales y social media management



Reporting y monitorización digital

Creación de Contenido Audiovisual

Aprenderás a producir y editar imágenes y videos de alta calidad, optimizados para diferentes plataformas digitales y con un enfoque en el engagement y la narrativa visual.

- Guionismo y preproducción
- Edición de video y fotografía
- Optimización para plataformas



- ❑ La creación de contenido relevante y atractivo es clave para captar y retener la atención de la audiencia en un entorno digital saturado.



Planificación Estratégica

Desarrollo de planes de contenido detallados y calendarios editoriales para asegurar una comunicación coherente y efectiva.



Gestión de Comunidades

Técnicas avanzadas para construir, moderar y dinamizar comunidades online, fomentando la participación y la lealtad de la marca.



Medición de Impacto

Uso de herramientas analíticas para monitorizar el rendimiento del contenido y las campañas, ajustando estrategias para maximizar el ROI.

Módulo 9: Estrategias Comerciales y Trade Marketing

Objetivo: Aplicar técnicas de trade marketing y promoción comercial para mejorar la experiencia del consumidor.

Resultados de Aprendizaje:

- Diseñar estrategias promocionales
- Implementar acciones de field marketing
- Gestionar experiencias de compra
- Aplicar merchandising digital y físico

Contenidos:



Conceptos de trade marketing



Shopper experiences

Diseño de Estrategias Promocionales

Aprenderás a crear campañas de marketing efectivas, desde la conceptualización hasta la ejecución, optimizando el retorno de inversión y el impacto en el punto de venta.

- Promociones de venta y descuentos
- Programas de fidelización de clientes
- Eventos y activaciones de marca

✓ **Clave del Éxito:** Una promoción bien diseñada no solo aumenta las ventas, sino que también fortalece la imagen de marca y la lealtad del cliente.



Field marketing aplicado



Merchandising integral



Merchandising Digital y Físico

Explorarás cómo la presentación visual de productos influye en la decisión de compra, tanto en tiendas físicas como en plataformas de e-commerce.

- Optimización de escaparates virtuales
- Diseño de displays en tiendas
- Gestión del punto de venta (PDV)

Módulo 10: Gestión de la Reputación y Comunicación Corporativa

Objetivo: Planificar y gestionar la comunicación de una empresa para construir y mantener una reputación positiva.

Resultados de Aprendizaje:

- Diagnosticar la comunicación de una empresa
- Diseñar estrategias de comunicación comercial
- Gestionar la reputación corporativa online y offline
- Conocer las funciones de un responsable de comunicación

Contenidos:



Comunicación corporativa básica



Gestión estratégica de la reputación

Gestión Estratégica de la Reputación

Aprenderás a construir, proteger y restaurar la imagen de marca en un ecosistema digital y offline, anticipando crisis y fomentando la confianza del público.

- Análisis de riesgos y oportunidades
- Planificación de contingencias
- Monitoreo de la percepción pública

❑ La reputación es uno de los activos más valiosos de una empresa, y su gestión proactiva es fundamental para el éxito a largo plazo.



Comunicación comercial



El rol del DirCom en entornos digitales



El Rol del DirCom en Entornos Digitales

Explorarás las responsabilidades del Director de Comunicación, adaptando sus funciones a las demandas del entorno digital, desde el manejo de redes sociales hasta la comunicación de crisis online.

- Liderazgo en comunicación estratégica
- Dominio de herramientas digitales
- Relación con influencers y medios

Usar el mismo diseño visual que los módulos anteriores, con iconos apropiados para comunicación corporativa y gestión de reputación.