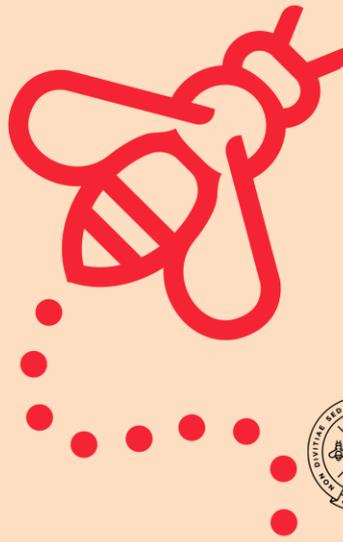


Cursos de Extensión 2018



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



PROGRAMA

#TRAYECTO: **MARKETING DIGITAL**

> *Curso en el marco de la Diplomatura en Comercio Electrónico y Marketing Digital*

> CUERPO DOCENTE

COORDINACIÓN GENERAL: Dra. Mgter. Carola Jones

COORDINACIÓN ACADÉMICA: Lic. Ailin Vykus

COORDINACIÓN COMUNICACIONAL: Lic. Constanza Nasser

COORDINACIÓN TÉCNICA: Esp. Lic. Laura Ascenzi

DOCENTES: Dra. Mgter. Carola Jones, Lic. Ailin Vykus, Lic. Constanza Nasser, Esp. Lic. Laura Ascenzi, invitados especiales

> OBJETIVOS

Objetivo General:

- Brindar a los asistentes un conjunto de conocimientos y herramientas que les permitan comprender de un modo integral los múltiples aspectos que intervienen en la definición e implementación de estrategias de negocios en internet.

Objetivos Específicos:

- Obtener conocimientos teóricos y prácticos sobre el comercio electrónico y el marketing digital.
- Desarrollar criterios para el análisis, implementación y gestión de estrategias y proyectos de comercio electrónico y marketing digital.
- Adquirir conocimientos y destrezas básicas sobre herramientas aplicadas a crear, desarrollar, promocionar y comercializar productos y servicios a través de Internet



> CONTENIDOS:

TRAYECTO 3: MARKETING DIGITAL

El trayecto Marketing Digital se compone de 4 módulos.

Duración: 33 horas (21 horas presenciales y 12 horas en entorno virtual)

1. Introducción al marketing digital (3 hs presenciales y 3 hs en entorno virtual)

- Contexto, principios y tendencias de marketing digital.
- Perfil del consumidor actual.
- Estrategia y visión del cliente.
- Desarrollo de un plan de marketing digital multicanal. Integración estratégica y visión 360º del marketing digital.
- Propuesta de valor y relaciones con el cliente.

2. E-mail marketing (6 hs presenciales y 3 hs en entorno virtual)

- Desarrollo de la estrategia y planificación de campañas de email marketing.
- Construcción de bases de datos: formularios, políticas de *opt-in* y *opt-out*, filtros anti-spam, aspectos legales a considerar.
- Diseño de campañas: anatomía, buenas prácticas en diseño de piezas y *landing pages*.
- Pruebas A/B en email marketing.
- Indicadores para la medición de las campañas.
- Selección de la plataforma de email marketing: tipos de planes y costos.

3. Optimización para el posicionamiento natural en buscadores (SEO) (6 hs presenciales y 3 hs en entorno virtual)

- Conceptos básicos *Search Engine Optimization* (SEO). Objetivos del SEO. Diferencias entre SEO y SEM (*Search Engine Optimization*).
- Análisis del posicionamiento natural en los resultados de búsqueda. Algoritmos y robots de búsqueda. Criterios de indexabilidad.
- Palabras claves y HTML o lenguaje de hipertexto. Usabilidad web. *Page Rank*. Popularidad y relevancia.
- Estrategia SEO. Estudio y selección de palabras claves.
- El comportamiento de los usuarios en la página de resultados.
- Teoría del *long tail* y palabras claves.
- Análisis de la competencia. Google Adwords y Google Trends.
- Creación de contenido orientado a SEO. Optimización *On Page*, *On Server* y *Off Page*. *White Hat* y *Black Hat* SEO.
- Tecnologías y formatos poco amigables para motores de búsqueda. Indicadores de rendimiento (KPI).



4. Marketing en motores de búsqueda (SEM) (6 hs presenciales y 3 hs en entorno virtual)

- Publicidad en motores de búsqueda o SEM.
- Introducción a Google Adwords.
- Segmentación e hipersegmentación de clientes.
- Gestión de campañas publicitarias. Tipos de anuncios.
- Selección y compra de palabras claves. Redacción de anuncios.
- Asignación de presupuesto.
- Análisis y evaluación de resultados.

> MODALIDAD DE CURSADO:

Las clases presenciales se desarrollan una metodología expositiva-participativa de contenidos teóricos y prácticos, donde el objetivo fundamental es lograr alta interactividad entre los participantes, a través de actividades grupales.

La metodología de clases incluye la preparación de diapositivas para cada módulo, y el trabajo activo con videos y presentaciones por parte de los alumnos.

Las clases tendrán lugar en gabinete con equipos informáticos (PC) y conexión a internet.

Por otro lado, se proponen actividades integradoras grupales en entorno virtual educativo para promover la aplicación de los contenidos a la práctica y el afianzamiento de las competencias de las herramientas.

Informes:

Secretaría de Extensión - Facultad de Ciencias Económicas - UNC

Av. Valparaíso s/n - Ciudad Universitaria - Córdoba

Tel: (0351) 4437300 Int. 48593 / 48643

cursos@eco.uncor.edu