

¿Cómo vamos a trabajar?

- Objetivos y necesidades básicas del curso
- Recorrido de la cursada
- Metodología de aprendizaje
- Requisitos digitales básicos
- Metodología de evaluación

Contexto Mundial de la Publicidad

- Usuarios con acceso a Internet
- Usuarios de las redes sociales en todo el mundo
- Porcentajes de uso según plataformas
- Inversiones en publicidad digital en el mundo
- Falta de Profesionales
- Actividad integradora
- El impacto de las redes sociales en asuntos sociales
- La importancia de las redes sociales en las ventas
- Preparemos el terreno

Introducción a Digital Marketing

- El poder de la publicidad en redes sociales
- Democratización de la publicidad
- Masividad
- Impacto en los targets
- Canvas de negocio para comenzar a pensar
- ¿Qué son los Smart Goals?
- Identifique tus objetivos y arma la estructura
- ¿Qué es un Funnel?
- Tipos de Funnels
- KPI's
- Tipos de KPI'S

Audiencia

- Generación Baby Boomer
- Generación X
- Generación Millennial
- Generación Centennials
- Buyer persona
- Brief
- Customer Journey. Puntos débiles y estrategia

Personalidad de Marca

- Como conectar a tu marca con tu cliente con el mejor concepto
- Guía de estilo de marca

Landing Page

- UX. Piensa como tus clientes
- Mobile First. Usabilidad
- A/B Testing

Redes Sociales

- Tipos de Marketing Digital
- Introducción a Twitter
- Introducción a Snapchat
- Introducción a LinkedIn
- Introducción Tik Tok
- Introducción a Google
- Introducción a Meta

Performance

- Introducción a Performance
- Estructura de performance
- Google
- Meta (Facebook – Instagram)
- Planificación de medios

LinkedIn Ads

Twitter Ads

Snapchat Ads

TikTok Ads

Meta Ads

Análisis de Datos

- Dashboards
- Recolección de datos
- Excel

Desarrollo Profesional

- Media Buyer. Tareas
- Curriculum Vitae. Perfil profesional
- Entrevista