ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL

Finalidad:
Diseñar una estrategia de marketing omnicanal de captación y crecimiento del negocio para alcanzar y superar los objetivos marcados, seleccionando los canales, formatos y medios óptimos de acuerdo con la audiencia y el producto, a través de contenidos de calidad.

Programación:

1. **DISCIPLINAS Y CONCEPTOS ESTRATÉGICOS DEL MARKETING DIGITAL**
   1.1. Adquisición de los fundamentos del marketing digital.
   1.2. Conocimiento del ecosistema, de los diferentes players y de los perfiles que componen el marketing digital.
   1.3. Entendimiento de las claves del SEO, SEM, Display, Email marketing, Social Ads, Inbound, Programática...
   1.4. Conocimiento de las herramientas de research y validación digital.
   1.5. Entendimiento de los aspectos legales esenciales del marketing digital.
2. **PLAN DE MARKETING DIGITAL**
   2.1. Planteamiento del plan de marketing digital completo, efectivo y rentable y su correspondiente distribución presupuestaria por disciplinas.
   2.2. Uso de herramientas para identificar tendencias y consumos, analizar el mercado e investigar sobre la competencia.
   2.3. Entendimiento de la base de la analítica digital para tener nociones de cómo se generan los datos digitales y ser capaces de tomar decisiones.
3. **DIGITAL CONTENT PLAN & BRANDED CONTENT**
   3.1. Comprensión del Digital Content Plan & Branded Content.
   3.2. Definición y uso de los clientes ideales y uso de la herramienta Buyer Persona Canvas.

3.3. Conocimiento de las fases y acciones de un Funnel de conversión.
3.4. Aplicación de los principios del marketing en buscadores y las claves de la redacción para SEO.

4. PROCESOS, HERRAMIENTAS Y CANALES DEL INBOUND MARKETING

4.1. Comprensión global de los componentes de un proyecto SEO.
4.2. Adquisición de los conceptos básicos de Marketing Automation.
4.3. Conocimiento de las estrategias y herramientas para el marketing en redes sociales.
4.4. Uso del email marketing.
4.5. Planteamiento de la analítica como herramienta para la consecución de objetivos.

5. MARKETING EN BUSCADORES

5.1. Conocimiento de los elementos clave e imprescindibles de cómo se monta una campaña en cada una de las plataformas y los principales factores del posicionamiento de SEM.
5.2. Comprensión del diseño de una estrategia de SEM integrada en una estrategia de marketing global.
5.3. Dominio de los formatos publicitarios para ecommerce y marketplaces.
5.4. Análisis del ecosistema y funcionamiento de la Programática y Real Time Bidding.
5.5. Adquisición de las claves de cómo ejecutar las campañas y los soportes disponibles gracias a los datos y segmentación al detalle.
5.6. Aprendizaje sobre la generación de reporting de las campañas.

6. SOCIAL MEDIA MARKETING

6.1. Comprensión de la importancia del mobile marketing.
6.2. Dominio de los principales formatos publicitarios en redes sociales y redes publicitarias.
6.3. Conocimiento de los elementos clave e imprescindibles de cómo se monta una campaña en cada una de las plataformas.
6.4. Creación y seguimiento de las estrategias de campaña y objetivos clave (KPI's).

6.5. Comprensión de los nuevos canales de adquisición: plataformas, videojuegos, nuevas redes, marketing de influencers…

7. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE GESTIÓN, PERSONALES Y SOCIALES, PARA EL ENTORNO DIGITAL

7.1. Impulso de habilidades digitales.

7.2. Comprensión de las competencias necesarias para el nuevo entorno digital.

7.3. Conocimiento de las herramientas imprescindibles para el trabajo colaborativo, el trabajo remoto…

7.4. Práctica en las claves del trabajo en equipo y de la productividad en remoto.

7.5. Fomento del liderazgo participativo y la gestión del cambio.

7.6. Dominio de la comunicación y la negociación en entornos digitales.

7.7. Práctica del modelo de competencias para el entorno digital.

7.8. Elaboración y gestión de la marca personal desde la importancia del storytelling