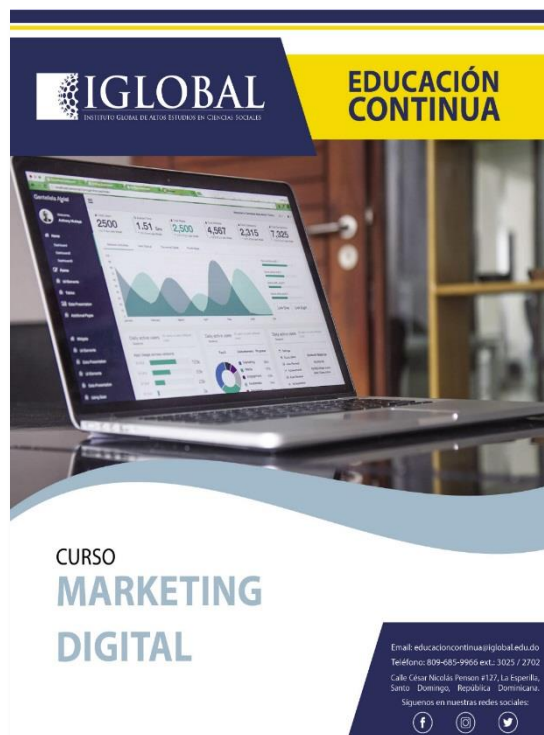


# Curso: Marketing digital



## Descripción

Diseñado para dotar a los participantes en el uso de las herramientas digitales para la formulación e implementación de estrategias creativas e innovadoras, tomando en consideración las necesidades del consumidor actual y asegurando el alcance de sus objetivos y el buen posicionamiento dentro del mercado.

## Dirigido

Dirigido todo público interesado en ampliar sus conocimientos para adentrarse en el mundo de los negocios. Es idóneo para quienes quieran crecer en las profesiones de administración de empresas, marketing, turismo y comunicación, así como, en otras áreas de las Ciencias Sociales como sociología o psicología.

## Objetivos

Presentar los fundamentos que hacen al marketing una de las herramientas de comunicación más importantes, durante el mismo se conocerán, que es un plan de marketing, estrategias digitales, optimización en los motores de búsqueda, publicaciones, marketing de contenido, mail, redes sociales que le permitirán desarrollar y analizar la comunicación con cualquier marca.

## Duración

El curso se desarrollará tres días de clases en dos semanas, donde se impartirán 16 horas de docencia.

## Horario

Sábados, de 9:00 a 16:00

## Metodología

El método de estudio que se utilizará en este curso será teórico-práctico y presencial.

## Sistema de evaluación

I	Asistencia	10%
II	Participación en clase	5%
III	Trabajos prácticos	50%
IV	Evaluación final	35%

### **Requisito de permanencia**

Cumplir con el programa, teniendo el porcentaje de asistencia que se le requiera, elaborar los proyectos de trabajo y demás actividades relacionadas, encomendadas por los asesores.

### **Requisitos de inscripción y participación**

1. Formulario de inscripción completo
2. Copia de cédula de identidad y electoral
3. Pago de inscripción

### **Coordinador del programa**

Dirección de Educación Continuada y Extensión

### **Inversión**

La inversión es de: US\$142.00 dólares o su equivalente en pesos.

Ponemos a disposición un plan de pago flexible, como se detalla a continuación:

**1er Pago**                      **50%**

**2do. Pago**                    **50%**

### **Formas de pago**

Efectivo en nuestra oficina administrativa: C/ César Nicolás Penson, no. 127, La Esperilla.

Cheque a nombre del Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales.

Vía Transferencia o depósito a la cuenta a nombre del Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales (Tomar en cuenta que en el concepto debe colocar el nombre de la persona y/o Institución quien realiza el pago, el código del programa y notificarlo al correo junto al formulario de solicitud).

El importe incluye enseñanza, material didáctico, internet wireless y la expedición del diploma avalado por el Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales (IGLOBAL).

### **Más información**

Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales

Dirección de Educación Continuada y Extensión

C/ César Nicolás Penson, no. 127

Santo Domingo República Dominicana

Tel. 809-685-9966 ext. 2702 Y 3025

Correo electrónico: educacioncontinua@iglobal.edu.do

<b>PROGRAMA</b>
<p><b>MÓDULO I. NOCIONES DE MERCADO DIGITAL</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing digital: conceptos y fundamentos.</li> <li>2. El consumidor digital.</li> <li>3. Tipos de redes sociales.</li> <li>4. Ventajas y desventajas.</li> <li>5. Elementos del marketing digital: canales de comunicación, estructura del sitio, estrategia, métricas y contenidos.</li> <li>6. Práctica</li> </ol>
<p><b>MÓDULO II. ESTRATEGIA DE MERCADO DIGITAL</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estrategia Digital: conceptos y fundamentos.</li> <li>2. Metodología de planeación SOSTAC.</li> <li>3. Construcción de objetivos.</li> <li>4. Diferencias entre estrategia, tácticas y acciones.</li> <li>5. Gestión y presencia en redes sociales.</li> <li>6. Influenciadores y marketing de afiliación.</li> <li>7. Impacto por medio de la publicidad digital</li> <li>8. Ejercicio</li> </ol>
<p><b>MÓDULO III. ASPECTOS LEGALES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fundamentos legales de los negocios</li> <li>2. Marco general de regulación</li> <li>3. Propiedad intelectual, derechos de autor</li> <li>4. Marcas y dominios</li> <li>5. Concursos y promociones</li> <li>6. Ventas digitales</li> <li>7. Publicidad engañosa</li> <li>8. Casos prácticos</li> </ol>
<p><b>MÓDULO IV. HACIA UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plan de marketing</li> <li>2. Construcción del ecosistema en marca SEO vs SEM</li> <li>3. Posicionamiento web (SEO)</li> <li>4. La importancia de Google</li> <li>5. Como usar marketing viral a favor de la marca</li> <li>6. Youtube e instagram como plataforma de branding</li> <li>7. Geomarketing: cómo aplicarlo</li> <li>8. Proyecto</li> </ol>