

# CURSO PLAN DE MARKETING DIGITAL

## > Objetivo del Curso

Identificar tendencias en marketing digital y comunicación corporativa para articular actividades en una campaña y evaluar las estrategias acorde a los criterios de negocio.

- Entender la importancia de planificar, ejecutar y evaluar estrategias de marketing digital.
- Contar con conocimientos teóricos básicos y practicas habituales del marketing online.
- Crear, reconocer y analizar Estrategias digitales, segmentos de usuarios digitales y medios digitales emergentes.
- En forma practica ver como se gestionan estrategias de marketing digital

## Contenido curso online:

### Módulo 1:

#### Aplicación de modelos de negocios a estrategias digitales

Identificar diversas metodologías para el análisis, desarrollo y auditoría de estrategias digitales.

- Introducción a modelos de negocio.
- Aplicación de modelos a negocios en internet.

### Módulo 2:

#### Metodologías para conocer a los usuarios y clientes digitales

Identificar a los usuarios/clientes de una estrategia digital

- Conociendo a los usuarios.
- Comportamiento del consumidor digital.

### Módulo 3:

#### Primer plan de Marketing digital

Crear un plan de Marketing digital.

- Plan de marketing digital.
- Planificación de medios

### Módulo 4:

#### Casos aplicados

Aplicación de las metodologías aprendidas a casos de negocio.

- Diseño de experiencia.
- Caso de éxito.

## > Este curso te prepara para

Identificar a los usuarios/clientes de una estrategia digital

Explicar como las aplicaciones del método y conceptos del marketing digital pueden variar dependiendo del contexto, necesidades de los clientes/usuarios y tamaño del proyecto.

Articular una secuencia de actividades en una campaña de marketing digital. aplicar los métodos y conceptos de Marketing Digital de estudio.



### Profesor del curso: Patricio Castro

Director Académico del Diplomado en Marketing Digital y Comercio Electrónico.

Administrador Público, Universidad de Chile, Chile. Certificate of Advanced Study in Information Systems and Telecommunications Management, Syracuse University, EE.UU. Master of Science in Information Management, Syracuse University, EE.UU.

Se ha desempeñado, principalmente, en la coordinación comercial de importantes agencias y empresas, encargándose de generar negocios y definir procesos estratégicos, así como la relación con clientes en el manejo tanto de cuentas, como de proyectos.