

MOTORES DE BÚSQUEDA E INVERSIÓN EN MEDIOS DIGITALES

Posicionando tu marca

DESCRIPCIÓN

Ante un mercado que necesita contar con herramientas de mayor control sobre la inversión y que está tendiendo cada vez más a lo digital, se hace necesario conocer las diferentes alternativas de inversión, tanto en buscadores, redes sociales, display o videos, como en el mundo de las aplicaciones móviles (mobile).

En este contexto, el curso se orienta a entregar herramientas que permitan el diseño, ejecución y evaluación de estrategias de inversión en medios digitales. Para ello, presentaremos casos locales e internacionales que ejemplifiquen en forma práctica las diferentes posibilidades que nos entregan estos formatos.

En esencia, el curso busca analizar la mejor forma de gestionar estrategias de inversión en marketing digital, bajo un marco conceptual de analítica digital que le permita al alumno contar con un contexto amplio sobre cómo realizar inversiones en el mundo online.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

El curso está dirigido a aquellos profesionales del marketing que deseen actualizar su formación académica con conocimientos de los diferentes aspectos de la inversión en Marketing Digital.

Este es un curso esencial para quienes deben invertir en publicidad digital y esperan evaluar sus acciones en el mundo del marketing digital.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, los alumnos conocerán y distinguirán los conceptos fundamentales de marketing digital en buscadores y otros medios digitales, a partir de la explotación de las motivaciones, drivers e incentivos de los nuevos consumidores. Asimismo, evaluará planes de medios en campañas de marketing digital, además de establecer sus métricas.

CONTENIDOS DEL CURSO

Unidad 1: Identificación del consumidor digital y target de clientes

Unidad 2: Posicionamiento en motores de búsqueda (SEM y SEO)

Unidad 3 : Estrategia en Display y Remarketing

Unidad 4: Inversión en videos y nuevos formatos

Unidad 5: Inversión en Redes Sociales

Unidad 6: Análisis del funnel de conversión

Unidad 7: Evaluación de Planes de Medios

Unidad 8: Análisis de inversión

CUERPO DOCENTE



Pablo Guillermo Segovia

Periodista UNAB, Diplomado en Dirección de Marketing en U. del Desarrollo Magíster en Dirección Comercial y Marketing Estratégico en la UNAB - Universidad Europea de Madrid. CEO Fly Metrics Periodista con 8 años de experiencia en Marketing Digital. Pablo se ha destacado como director y profesor en marketing digital en prestigiosas universidades. Ha sido premiado por Facebook Business tras liderar el primer caso de éxito en campaña publicitaria en Facebook e Instagram en Chile. Actualmente se desempeña como CEO & Fundador de Fly Metrics, consultora de marketing digital.