

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES
EDUCACIÓN CONTINUA
CURSO DE MARKETING DIGITAL

DOCENTE: Mario Delgado Rodríguez.

HORARIO DEL CURSO: Lunes y Miércoles de 7:00 pm – 10:00 pm

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

La relevancia de las plataformas digitales en todos los aspectos de nuestras vidas es innegable. Así, las oportunidades para promover la conexión de marcas con personas a través de medios digitales merecen una atención especial y hacen imprescindible desarrollar un conocimiento sólido del potencial que el entorno digital nos ofrece.

La diversidad de los canales digitales, la alta competencia en estos espacios y las constantes innovaciones hacen necesario contar con un plan de marketing digital.

Durante el curso, el participante podrá diseñar una estrategia de marketing digital que tenga en cuenta los principales canales y reconozca como el ecosistema digital puede contribuir a las metas de su empresa.

Como parte de los logros del curso, se podrán definir objetivos realistas y elaborar un plan de trabajo específico a través de una metodología teórico- práctica. Este curso está dirigido tanto a profesionales que se desempeñen en áreas de marketing o comunicaciones, como a emprendedores interesados en estructurar sus iniciativas de negocio.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

Al final de este curso, los estudiantes habrán adquirido las habilidades y el conocimiento para:

1. Reconocer el entorno digital actual, los usuarios digitales y las principales tendencias digitales que pueden determinar los objetivos de una estrategia.
2. Optimizar una estrategia digital a través de la evaluación de KPIs y una correcta gestión de canales.
3. Estructurar un plan de social media a través de la comprensión de las principales plataformas, el desarrollo de contenidos y los pasos para el control y aprendizaje en estos canales.
4. Definir las características que configuran una comunidad en entornos digitales, así como la evaluación, monitoreo y contención de una crisis de reputación online.
5. Conocer las características de la publicidad en redes sociales así como los principales formatos y las herramientas necesarias para una adecuada medición de contenido pagado.
6. Reconocer que variables determinan el posicionamiento de una página web en buscadores y como se estructura un plan de posicionamiento SEO y SEM.
7. Identificar los pasos para determinar una correcta experiencia de usuario (UX) en el desarrollo de un sitio web y comprender los principales puntos de analítica digital.
8. Entender cómo se estructura y optimiza una base de datos y un plan de email marketing.
9. Identificar las características y oportunidades de aplicaciones móviles en la estrategia de un negocio.
10. Entender cómo se estructura un proyecto e-commerce a través de variables offline y online.

TEMARIO:

SESIÓN 1: PLANTEANDO UNA ESTRATEGIA DIGITAL

Taller Práctico: Identifiquemos nuestras metas de negocio, target y objetivos.

SESIÓN 2 Y 3: ESTRUCTURANDO UN PLAN DE SOCIAL MEDIA

Taller Práctico: Definamos un plan de contenidos para nuestra marca.

SESIÓN 4: PLANIFICANDO SOCIAL ADS

Taller Práctico: Identifiquemos objetivos y probemos la compra de avisos en Facebook

SESIÓN 5: DESARROLLANDO UN PLAN DE REPUTACIÓN ONLINE

Taller Práctico: Presentamos un plan de acción ante una posible crisis.

SESIÓN 6 Y 7: ESTRUCTURANDO UNA PÁGINA WEB, SU POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES Y ANALÍTICA.

Taller Práctico: Reconozcamos las necesidades de nuestra marca y los contenidos para nuestro sitio web.

SESIÓN 8: IDENTIFICANDO LA RELEVANCIA DEL UX

Taller Práctico: Evaluemos sitios webs relevantes para detectar las principales características de una estructura óptima.

SESIÓN 9: ORGANIZANDO UNA BASE DE DATOS Y ACCIONES DE EMAIL MARKETING

Taller Práctico: Apliquemos las buenas prácticas a nuestras marcas.

SESIÓN 10: RECONOCIENDO MOBILE MARKETING Y APPS

Taller Práctico: Formemos equipos de trabajo, definamos nuestras necesidades y apliquemos lo aprendido con casos de éxito.

SESIÓN 11: ESTRUCTURANDO UNA PLATAFORMA E-COMMERCE

Taller Práctico: Realicemos un diagnóstico de comercio electrónico para nuestro negocio.

SESIÓN 12: EXPOSICIÓN DE TRABAJOS FINALES

Taller Práctico: Apliquemos de manera estructurada lo aprendido durante el curso.

MATERIALES DEL CURSO

- Top de Tendencias Digitales 2019. IAB España, 2019.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2017) Marketing. Pearson Educación de México, S.A. Decimosexta Edición. Páginas 513 y 514.
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C. (2019) Market Report: Lima Digital. Páginas 1,2 y 3.
- Bluestone G., Kincaid B., Ohliger J., Pollack M., Rowen M., Tebele E., (productores). Smith C. (director) (2019) Fyre: The greatest party that never happened. Jerry Media. Estados Unidos.

LECTURAS ADICIONALES O COMPLEMENTARIAS

- Carballar, F. J. A., & Sánchez, F. P. (2013). *Social media: Marketing personal y profesional*. México, D. F: Alfaomega.
- Fox, V., & Montero, A. M. (2013). *Marketing de la era Google*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.
- Sanagustín, Eva (2013). *Marketing de contenidos*. Anaya Multimedia-Anaya Interactiva.
- Moreno, Manuel (2014). *El gran libro del Community Manager*. Gestión 2000.
- Vela, G. D. (2013). *Social media manager*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Diaz, Esmeralda y Martinez, David (2017) *Social Selling: La nueva herramienta para vender más*. Altom Service SA. Primera edición.
- Holiday, Ryan. *Growth Hacker Marketing: El futuro del Social media y la Publicidad*. (2014) Anaya Ed. Primera edición.

Webs de interés:

- <http://www.clasesdeperiodismo.com/>
- <https://www.40defiebre.com/>
- <https://tiempodenegocios.com/>
- <https://mashable.com/>

METODOLOGÍA DEL CURSO

El aprendizaje se logrará empleando una combinación de lecturas asignadas, evaluación de casos prácticos, ejercicios y análisis. Las discusiones en clase están diseñadas para ilustrar las aplicaciones del mundo real de los principios del marketing digital, mediante el uso de habilidades de pensamiento crítico y analítico, resolución de problemas y formación de equipos.

CALIFICACIÓN

Se utilizará para el curso el siguiente sistema de calificación de 20 puntos.

	Porcentaje de Nota Final	Puntos
Participación en clase	10%	2
Caso Asignado1	25%	5
Caso Asignado 2	25%	5
Examen Final	40%	8
Total	100%	20

ASISTENCIA

Se espera que los estudiantes asistan a todas las sesiones de clase. Las discusiones son una parte integral de la experiencia de aprendizaje del curso. La frecuencia y la calidad de su participación y contribución en estas discusiones tendrán una relación directa y significativa con los beneficios a corto y largo plazo del curso. Se debe avisar al profesor con anticipación si el alumno no puede asistir a clase.

POLÍTICA DE COMPUTADORA PORTÁTIL U OTROS DISPOSITIVOS DE COMUNICACIÓN

Para maximizar la experiencia de aprendizaje, eliminar las distracciones y demostrar el mayor respeto por todos, se espera que los alumnos se abstengan de usar computadoras portátiles, smartphones, tablets o cualquier otro dispositivo electrónico durante la clase.

PARTICIPACIÓN Y PREPARACIÓN PARA LAS CLASES

La participación en clase es una parte importante de la experiencia de aprendizaje en este curso, ya que dependerá en gran medida del grado de disposición de todos los estudiantes durante cada sesión de clase. Además, este es un curso que incorpora el análisis de casos para ilustrar la aplicación práctica de conceptos, requiere que el alumno prepare los casos de manera diligente y exhaustiva, y ofrezca activamente los resultados de los análisis y conclusiones, así como recomendaciones durante cada sesión de clase.

Los estudiantes ofrecerán sus opiniones en entornos de grupo muchas veces en sus carreras; por lo tanto, la participación en clase sirve para preparar a los estudiantes para esta experiencia de negocios.

ASIGNACIONES DE CASOS

Se asignará dos casos a cada estudiante durante la duración del curso. El desarrollo de los casos equivale al 15 por ciento cada uno que sumarán al promedio final.

EXAMEN FINAL

El trabajo final se realizará el 27 de noviembre y representa el 40 por ciento de la calificación final. Los detalles sobre el contenido y el formato del trabajo final se tratarán en clase.