

MÁSTER

Marketing Digital Avanzado

FORMACIÓN A TU MEDIDA



CENTRO OFICIAL CERTIFICADO Y CERTIFICADOR

Microsoft Imagine Academy
Program Member

ORACLE
Academy

Unity
CERTIFIED

Swift
CERTIFIED

Google Certified Educator

AUTODESK
Certified Professional

Project Management
Institute.

COMMUNICATION
SKILLS BUSINESS

IC3
DIGITAL LITERACY
CERTIFICATION

MASTER

Marketing Digital Avanzado

Introducción

El Máster en Marketing Digital Avanzado es un programa de formación avanzada diseñado para brindar a los participantes una comprensión profunda y actualizada de las estrategias y técnicas de marketing en el mundo de hoy. Este programa está dirigido a profesionales, emprendedores, estudiantes y directivos que buscan adquirir habilidades y conocimientos avanzados en marketing y tener una visión más completa y actualizada de las tendencias y estrategias en el campo.

A lo largo del programa, los participantes aprenderán a analizar el mercado y las tendencias, a gestionar de forma efectiva RRSS y e-commerce, a utilizar herramientas digitales y tecnologías de marketing para llegar a audiencias en línea, a diseñar y ejecutar campañas publicitarias efectivas, a utilizar datos y análisis para informar y optimizar las estrategias de marketing, y a desarrollar habilidades en el marketing de contenidos y en influencer marketing



A quien va dirigido

Dirigido a profesionales o estudiantes que buscan adquirir habilidades y conocimientos avanzados en marketing y tener una visión más completa y actualizada de las tendencias y estrategias en el campo.

Este tipo de programa de formación estaría dirigido a:

- ▶ Profesionales que trabajan en departamentos de marketing, publicidad, ventas o relaciones públicas y quieran mejorar sus habilidades y conocimientos.
- ▶ Emprendedores que quieran desarrollar habilidades en marketing y estrategias de crecimiento para sus negocios.
- ▶ Estudiantes que quieran especializarse en marketing y tener una carrera en este campo.
- ▶ Directivos y gerentes de empresas que deseen comprender mejor las estrategias de marketing y cómo aplicarlas en su organización.
- ▶ El Máster en Marketing es un programa de formación avanzada que brinda a los participantes una comprensión profunda de las técnicas, herramientas y estrategias más actuales en marketing, lo que les permitirá tener un impacto significativo en su carrera profesional.

Marketing Digital Avanzado

MÓDULO 1: PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

Con este módulo profesional el alumno aprenderá a planificar una estrategia de marketing, abarcando; precio, producto, distribución y comunicación. Con su superación tendrá las bases para desarrollar completamente un Plan de Marketing en una Empresa desde cero.

OBJETIVOS

- Analizar la situación de mercado de productos y servicios, a partir de los datos comerciales, cuantitativos y cualitativos, e informes y estudios de mercado, extrayendo conclusiones respecto a las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas de la organización, en el mercado.
- Analizar los factores que intervienen en la política de producto de planes de marketing a partir de diferentes carteras de productos utilizando distintos instrumentos como mapas de posicionamiento y matriz BCG entre otros.
- Calcular los precios de los productos y servicios, así como las variables que componen e influyen en la política de precios de un producto o servicio utilizando herramientas de cálculo.
- Definir acciones de comunicación de marketing, en relación con los factores que intervienen en el diseño de políticas y campañas de comunicación, considerando los instrumentos habituales y los distintos tipos de objetivos y públicos a los que pretenda dirigirse.
- Relacionar entre sí las variables que intervienen en las políticas de marketing, obteniendo conclusiones relevantes para la definición de planes de marketing
- Elaborar el briefing de distintos tipos de productos o marcas para la ejecución y contratación de distintos tipos de acciones de comunicación definidas en un plan de marketing.

Plan de estudios

UD1. Planificación de Marketing.

01. Concepto y contenido del Marketing.
02. Estrategias y tipos de marketing.
03. Marketing Mix.
04. Elaboración del Plan de Marketing.
05. Análisis DAFO y estrategias de Marketing.

UD2. Política de producto.

01. Definición de la política de producto.
02. Atributos y características de productos y servicios de la empresa.
03. Concepto de gama y línea de productos.
04. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al Marketing.
05. Mapas de posicionamiento.
06. Matriz BCG y creación de nuevos productos.
07. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.
08. Elaboración de informes sobre producto.

UD3. Política de precios.

01. Definición de la política de precios.
02. Características y variables de decisión.
03. Concepto de elasticidad de precio.
04. Normativa vigente en materia de precios.

05. Métodos para la determinación de los precios.
06. Cálculo del punto muerto.
07. Estrategias comerciales en la política de precios.
08. Elaboración de informes sobre precios.

UD4. Política de distribución.

01. Definición de la política de distribución.
02. Canales y fórmulas de distribución.
03. Estrategias en la política de distribución.
04. Relaciones con la red y puntos de ventas.
05. Marketing en la distribución.
06. Comercialización «on line» de productos y servicios.
07. Elaboración de informes sobre distribución.

UD5. Política de comunicación.

01. Definición de la política de comunicación en la Empresa.
02. Tipos de comunicación en la empresa.
03. El Mix de comunicación: tipos y formas.
04. Medios de comunicación.
05. Elaboración del Briefing de productos, servicios y marcas.



Marketing Digital Avanzado

MÓDULO 2: FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Con este módulo el alumno aprenderá la ventaja de la fidelización del cliente, abarcando aspectos como las bases psicológicas que refuerzan la fidelidad, el concepto de marketing relacional, ciclo de vida y coste de adquisición del cliente, a determinar el valor del ciclo de vida del cliente y su impacto en las decisiones estratégicas, así como la segmentación de clientes y la estrategia de fidelización..

OBJETIVOS

- Conocer todos los aspectos importantes a tener en cuenta en un eCommerce.
- Estimar todos los aspectos económicos de un eCommerce previos y posteriores al lanzamiento.
- Dominar las principales plataformas de pago y CMS más apropiadas para un eCommerce.
- Definir el look and feel de un eCommerce.
- Utilizar los distintos canales de Marketing en un eCommerce.
- Aplicar las distintas técnicas de UX y CRO para eCommerce.
- Saber cómo afrontar, analizar y optimizar los distintos aspectos logísticos de un eCommerce.
- Llevar a cabo una correcta atención al cliente en un eCommerce.
- Saber cómo afrontar los distintos aspectos legales de un eCommerce.
- Saber medir los KPIs principales de un eCommerce.

Plan de estudios

UD 1. Fundamentos de fidelización I.

01. La fidelización como estrategia empresarial.
02. Una medida de fidelidad objetiva e histórica. Tasa de retención.
03. Una medida de fidelidad emocional y prospectiva. Net Promoter Score.

UD 2. Fundamentos de fidelización II.

01. Necesidades emocionales.
02. La promesa de Marca.
03. Motivadores de la Fidelidad.

UD 3. Fundamentos de fidelización III.

01. El ciclo de vida del cliente. Una perspectiva de empresa.
02. El coste de Adquisición del Cliente (CAC).

UD 4. Customer Lifetime Value.

01. Customer Lifetime Value (CLV).
02. Relación entre el CLV y la fidelización.
03. CRV. Customer Referral Value.

UD 5. Segmentación de clientes y estrategia de fidelización

01. Identificar las clases y los segmentos de la clientela.
02. Clasificación según actividad.

03. Clasificación por valor de la clientela: LTV Y RFM.
04. Clientela nueva y cohortes.
05. Segmentaciones actitudinales y comportamentales.
06. Definición estratégica.

UD 6. Programas de Fidelización I

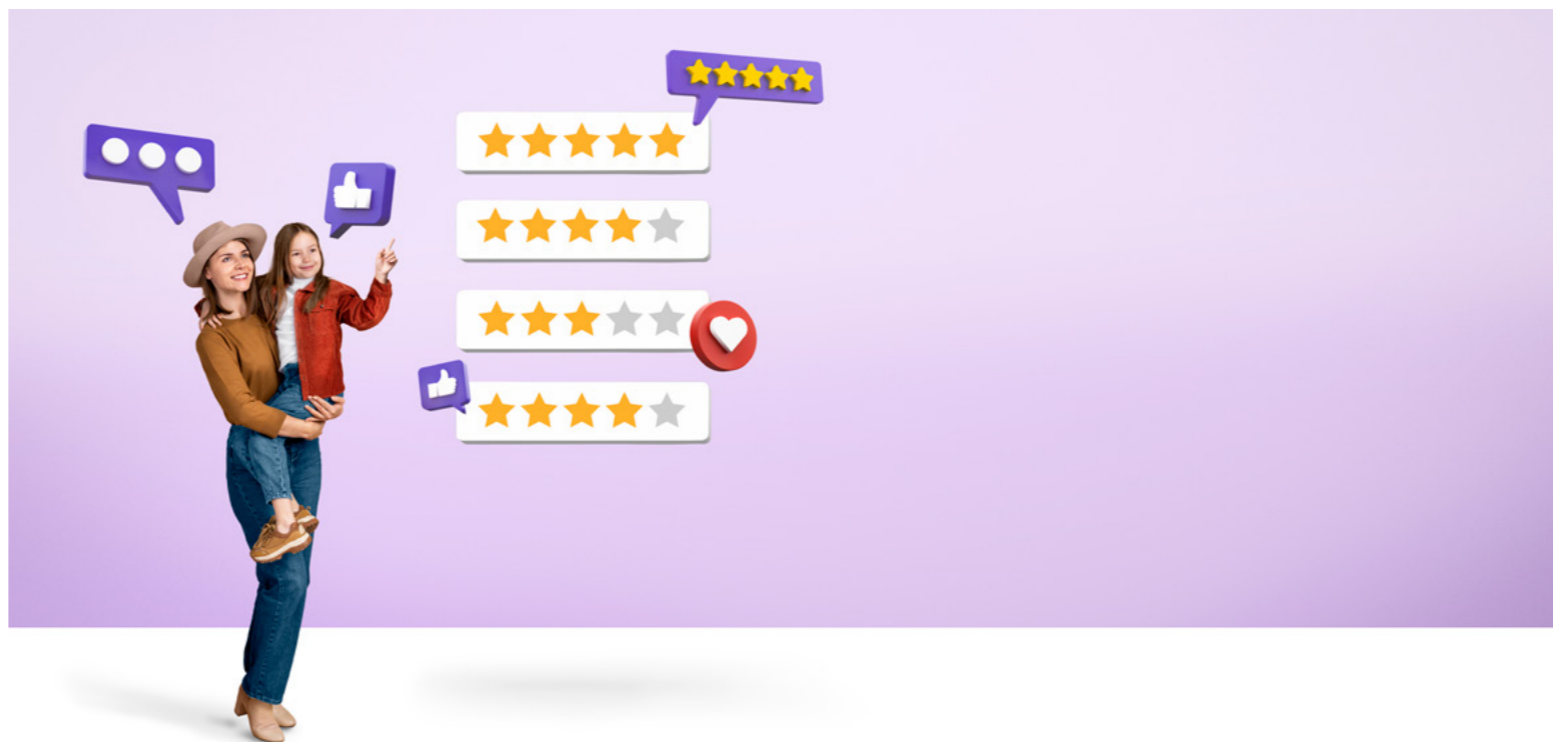
01. ¿Cómo crear un programa de fidelización?
02. Personalidad del club.
03. Objetivos y KPI'S del club.

UD 7. Programas de Fidelización II

01. Elementos que constituyen el programa. Arquitectura.
02. Mantenimiento de la operativa del programa. Journeys básicos.

UD 8. Programas de Fidelización III

01. Objetivos de desarrollo de negocios vs. Indicadores de actividad del programa
02. Objetivo de negocio: incremento de frecuencia de compra.
03. Objetivo de negocio: incremento de la cesta media.
04. Objetivo de negocio: recomendación.
05. Cómo elaborar la rentabilidad del programa de fidelización



Marketing Digital Avanzado

MÓDULO 3: ANALÍTICA WEB AVANZADA

Con este módulo de analítica web el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector e identificar las herramientas y variables de analítica web para obtener resultados acerca de la información y los comportamientos que aporta el rastro de los usuarios en la web y web 2.0, y así, establecer a tiempo, correcciones y decisiones sobre todo lo que influye en el modelo de presencia on-line de una empresa, introduciendo mejoras en las acciones estratégicas del marketing.

El alumno aprenderá que es un plan de Analítica Digital, abarcando las métricas habituales, así como la herramienta Universal Google Analytics y su funcionalidad en informes de adquisición y conversiones.

OBJETIVOS

- Mostrar los diferentes tipos de retribución que de forma más habitual se implantan en las empresas para poder establecer una política retributiva adaptada
- Conocer las pautas del diseño de políticas retributivas basadas en la valoración de los resultados para poder definir un sistema justo y competitivo en la empresa.
- Enseñar el concepto de competencia profesional y su relación con los comportamientos de éxito de los trabajadores para establecer un sistema objetivo de valoración de aspectos relacionados con la personalidad.

Plan de estudios

- UD 1. Configuración avanzada de GA4.
- UD 2. Implementación avanzada de GA4
- UD 3. Privacidad y consentimiento en GA4
- UD 4. Los informes a medida de GA4
- UD 5. Reporting para Marketing con GA4



Marketing Digital Avanzado

MÓDULO 4: PLANIFICACIÓN DIGITAL DE MEDIOS Y PERFORMANCE MARKETING.

Con este módulo profesional el alumno aprenderá a planificar una estrategia de marketing online, abarcando aspectos como la publicidad digital y sus formatos, la creación de campañas de Display, la gestión de Influencers, la creación de capsulas de contenido digital, la configuración de estrategias de marketing, la diferencia entre compra programática y RTB, así como creando campañas de afiliación y diseñando tácticas de publicidad contextual.

OBJETIVOS

- Cómo establecer objetivos para orientar a resultados campañas digitales de marketing.
- Cómo fijar métricas clave para orientar a resultados campañas de marketing online. 3. Cómo crear un panel de control para evitar desviaciones en las estimaciones y resultados de las campañas.
- Entender las características de la publicidad digital, así como los tipos de formatos que la componen.
- Comprender la contribución del Display a las campañas, así como su idoneidad y ubicación en el funnel de conversión.
- Conocer los fundamentos de las campañas de Display a través de Facebook como parte de Meta y su contribución a la estrategia de marketing.
- Cómo configurar estrategias de emailmarketing para optimizar ratios de apertura y rendimiento.
- Conocer en la tecnología de retargeting para identificar su idoneidad dentro de la estrategia de Display.
- Diseñar tácticas de publicidad contextual con segmentación temática para adecuar el contenido publicitario a la línea editorial del Publisher.

Plan de estudios

- UD 1. Objetivos
- UD 2. KPI's. 1. Métricas.
- UD 3. Cuadro de mandos.
- UD 4. Formatos Gráficos.
- UD 5. Display Advertising.
- UD 6. Facebook.
- UD 7. Instagram.
- UD 8. Gestión de Influencers.
- UD 9. Youtube.
- UD 10. Marketing de Contenidos.
- UD 11. Email Marketing.
- UD 12. Retargeting.
- UD 13. Compra Programática y RTB.



Marketing Digital Avanzado

MÓDULO 5: COPYWRITING

Durante el módulo, los participantes aprenderán qué es el social selling y cómo ponerlo en práctica desde LinkedIn. Se tratarán temas como la creación de un perfil que destaque, la búsqueda y ampliación de la red de contactos, el sistema de ventas en LinkedIn, cómo fortalecer la marca, entre otros.

OBJETIVOS

En general, los objetivos del se centran en proporcionar a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para Aprender a comunicarnos en las redes sociales para darnos a conocer y descubrir oportunidades de negocio. Desarrollar habilidades sociales, que nos sirvan para atraer a nuevos posibles clientes en LinkedIn, la red por excelencia del B2B.

Los objetivos pormenorizados serían:

- Entender porque LinkedIn es la red por excelencia en B2B y es tan importante para encontrar oportunidades de negocio
- Identificar a tu cliente ideal y definir cómo transmitirle de forma sencilla, clara y breve cuál es la relevancia de tu producto o servicio para que este sepa cómo puede ayudarle.
- Aplicar los secretos de la persuasión en la parte más visible de tu perfil para que cuando lo visiten los usuarios o posibles clientes, te abran sus puertas para conocerte.
- Saber cómo está estructurada tu red de contactos, y qué tipos de contactos la componen. Saber segmentar a tu mercado, según los criterios de búsqueda avanzada que LinkedIn nos facilita.
- Conocer los resultados de tus publicaciones te permite saber si vas por el buen camino, además de encontrar nuevos potenciales clientes. Automatizar los procesos de publicación en LinkedIn para que te permitan ser más productivo/a.

Plan de estudios

- UD 1. El Social Selling
- UD 2. LinkedIn y el B2B
- UD 3. Tu método en LinkedIn
- UD 4. Perfil de LinkedIn
- UD 5. Búsqueda de contactos
- UD 6. Ampliar red de contactos
- UD 7. Fortalecer tu marca
- UD 8. Visibilizar los contenidos
- UD 9. Aumentar la presencia en LinkedIn
- UD 10. Sistema de ventas en LinkedIn
- UD 11. Indicadores en tu estrategia
- UD 12. Gestión del tiempo en LinkedIn



Marketing Digital Avanzado

MÓDULO 6: LIDERAZGO PERSONAL Y DE EQUIPOS

Durante el módulo, los participantes aprenderán el concepto de liderazgo desde una perspectiva personal y por equipos, abarcando la comprensión de los procesos de cambio, los estilos de liderazgo, las barreras limitadoras en el desarrollo personal y en contraposición las actitudes mentales potenciadoras, la elaboración de un nuevo mapa de liderazgo, así como la eliminación de barreras en los equipos, los roles que se desarrollan, las habilidades comunicativas y los planes de acción.

OBJETIVOS

En general, los objetivos del se centran en proporcionar a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar labores de liderazgo.

Los objetivos pormenorizados serían:

- Aplicar y practicar los hábitos de liderazgo en tu equipo.
- Entender la diversidad de roles y su importancia en el bienestar y funcionamiento del equipo.
- Convertirte en un excelente comunicador de equipo de manera asertiva y segura.
- Aprender a dar respuesta y sacar partido a los equipos de manera productiva y natural.
- Aplicar e integrar la gestión de personas como parte de nuestra responsabilidad laboral.

Plan de estudios

- UD 1. Proceso de cambio
- UD 2. Estilo de liderazgo actual
- UD 3. Barreras limitantes
- UD 4. Actitudes mentales potenciadoras
- UD 5. Nuevo mapa de liderazgo
- UD 6. Competencias básicas
- UD 7. Roles
- UD 8. Habilidades comunicativas
- UD 9. Eliminación de barreras
- UD 10. Planes de acción



MASTER

Marketing Digital Avanzado

MÓDULO 7: TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Desarrollo de una estrategia de marketing digital para una empresa emergente o un proyecto propio: un estudio de caso". Este proyecto consistirá en seleccionar una empresa emergente o un proyecto digital propio del alumno, y desarrollar una estrategia de marketing digital integral.

Este proyecto permitirá a los participantes aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos durante el Máster en un caso real, y demostrar su capacidad para desarrollar una estrategia de marketing digital que sea efectiva y sostenible para una empresa emergente en un mercado competitivo. Además, el proyecto brinda la oportunidad de utilizar herramientas digitales y técnicas de investigación de mercado que son fundamentales para el éxito en el mundo del marketing digital.



MASTER

Marketing Digital Avanzado

Características:

- ▶ HORARIO Flexible
- ▶ DURACIÓN 1 año
- ▶ INICIO Flexible
- ▶ NIVEL Especialista
- ▶ TITULACIÓN Certificado AIP
- ▶ IDIOMA Castellano
- ▶ MODO Presencial o virtual
- ▶ PRECIO 1.750€

Método de estudio

- ▶ **Decide la duración del curso dentro del periodo lectivo de 1 año.** Dado que la formación es individual, podrás venir todos los días y adelantar tanto como quieras.
- ▶ **Podrás organizarte el horario como mejor te convenga,** para compaginarlo con tu vida personal y laboral de forma que te encaje lo más cómodamente posible.
- ▶ Si un día no puedes asistir a la escuela, **no pierdes clase,** proseguirás el curso donde lo dejaste la última vez sin perderte absolutamente nada.
- ▶ Si una lección no te ha quedado clara, **podrás repetirla tantas veces como necesites** hasta que la asimiles correctamente todas las lecciones, sin depender del ritmo de tus compañeros de clase.
- ▶ **Dispondrás de ejercicios específicos** para mejorar aquellas áreas del programa que más te interesen.

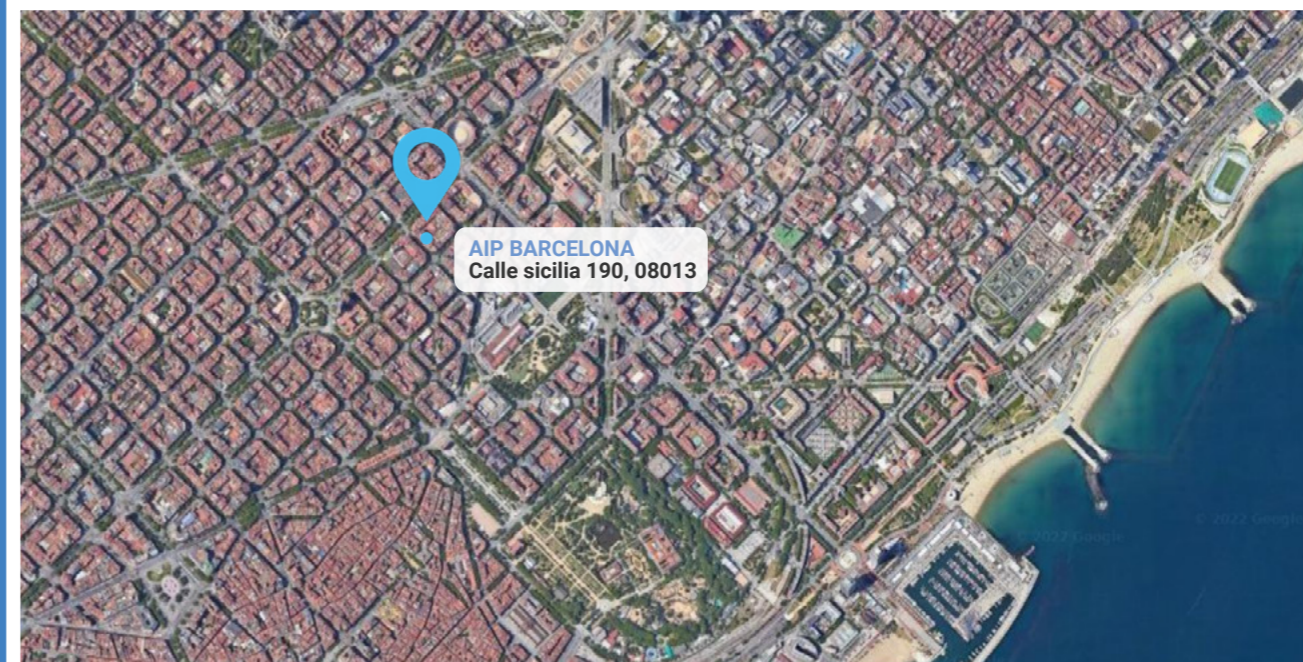


AIP Barcelona

Aula Informática Profesional (AIP) nace en el año 1990, como escuela de informática.

Con los años la informática ha evolucionado muchísimo y con ella AIP. Desde la escuela, no solo ofrecemos cursos comunes como mecanografía u ofimática, sino que hemos crecido hasta abarcar todo un perfil ámpliamente capacitado, y avalados por un gran equipo de profesionales, hemos llegado a campos muy complejos y variados como son el diseño, la programación pura, diseño y programación de páginas web, creación de aplicaciones, redes sociales, posicionamiento en Internet, programas CAD, gestión empresarial o SAP, reparación y mantenimiento de PC, portátiles y teléfonos móviles... Dicho de otro modo, llegamos tan lejos como tú necesites.

Bajo demanda, también actuamos como consultoría de formación estudiando los defectos y las debilidades que presentan los trabajadores de una empresa a nivel formativo, para así poder focalizar la mejor formación en cada caso.



Instalaciones



En AIP Barcelona, disponemos de instalaciones especialmente adecuadas para el desarrollo de clases magistrales y de talleres prácticos que te permitirán cumplir con todos los objetivos propuestos en tu plan de estudios.

AULA TALLER

AULA POLIVALENTE



AIP BARCELONA
TEL: 93265 05 20
Calle Sicilia 190, 0013 , Barcelona
info@aipbarcelona.com
www.aipbarcelona.com