

2025

| www.cccapacitacion.cl

Marketing Digital

| CURSO SINCRÓNICO

CCC
CENTRO DE CAPACITACIÓN DEL COMERCIO

Socio Fundador
**CÁMARA DE COMERCIO
DE SANTIAGO**



- + **NOMBRE CURSO** | Marketing Digital
- + **CÓDIGO SENCE** | 1238019235
- + **OBJETIVO** | Una vez finalizada la actividad, los participantes serán capaces de aplicar técnicas de marketing de acuerdo a estrategias comerciales y de competencia de productos y servicios.
- + **MODALIDAD** | E-Learning sincrónico.
- + **TOTAL HORAS CRONOLÓGICAS** | 24.





MÓDULO 1

MARKETING EN DISPOSITIVOS MÓVILES

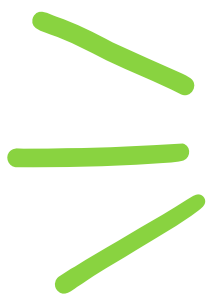
APRENDIZAJE ESPERADO

Identificar el concepto de Marketing Digital y su campo de aplicación dentro y fuera de la empresa.

CONTENIDOS

1. Introducir al concepto del marketing digital, su evolución en la última década y sus herramientas esenciales.
2. Conceptos básicos del marketing digital con símiles de otras áreas del marketing.
3. El campo de aplicación del marketing digital y lo que implica la función de éste para un profesional del área.
4. El marketing digital y cómo se inserta en la estrategia global de la empresa y/o agencia publicitaria/medios.





MÓDULO 2



PUBLICIDAD ON LINE DISPLAY

APRENDIZAJE ESPERADO

Describir las distintas herramientas disponibles en las campañas publicitarias y las ventajas y desventajas de una campaña display.

CONTENIDOS

1. Desglosar distintos formatos de sitios publicitarios y las herramientas tecnológicas que los componen.
2. Las herramientas publicitarias fundamentales involucradas en campañas de display; desde banners, e-mail marketing hasta online gaming.
3. Las ventajas y desventajas de una campaña de display según los objetivos de marketing.



MÓDULO 3**EL FENÓMENO DE LAS REDES SOCIALES****APRENDIZAJE ESPERADO**

Describir las distintas herramientas disponibles en las campañas publicitarias y las ventajas y desventajas de una campaña display.

CONTENIDOS

1. Lo que define una red social y desglosar distintas plataformas que componen el fenómeno.
2. Aprender a tomar decisiones sobre los propósitos del uso de las redes sociales en una estrategia de Marketing.
3. El rol de un SocialMedia Manager y cómo éste se inserta como un rol de relaciones públicas y de Marketing fundamental en la empresa.
4. Principales herramientas y aplicaciones de gestión y trabajo de comunidades virtuales y redes sociales online, disponibles en la Web (Facebook, Twitter, Google Plus, Tweetdeck, Hootsuite, Socialbor, Entre Otros).
5. Elementos y componentes de una estrategia de comunicación basada en gestión de Redes Sociales y Comunidades Virtuales (Community Manager).
6. Conceptos de comunicación estratégica en el Uso de Herramientas y Recursos de comunidades virtuales y Redes Sociales Online.
7. Contención de crisis en redes sociales
8. Algunos conceptos que vale la pena manejar:
9. Net-Etiqueta ¿qué hacer y qué no hacer en redes sociales?
10. ¿Qué es un troll?
11. ¿Cómo capitalizar mi presencia en redes sociales?
12. ¿Cuánto "vale" un like de Facebook y cuánto un follower de Twitter?



MÓDULO 4

MARKETING EN DISPOSITIVOS MÓVILES

APRENDIZAJE ESPERADO

Aplicar técnicas de Marketing en dispositivos móviles y su relación con la publicidad display.

CONTENIDOS

1. Las distintas capacidades del mobile marketing desde su relación con el marketing directo hasta la publicidad display.
2. Analizar los cambios en el consumo de Internet con la incorporación de Internet en aparatos móviles.
3. ¿Por qué Mobile?, Números de la industria en Chile.
4. SMS, uso, tipos y modelos de negocios.
5. Web Móvil.
6. Aplicaciones y cifras del mercado.



MÓDULO 5

USO DE BUSCADORES WEB

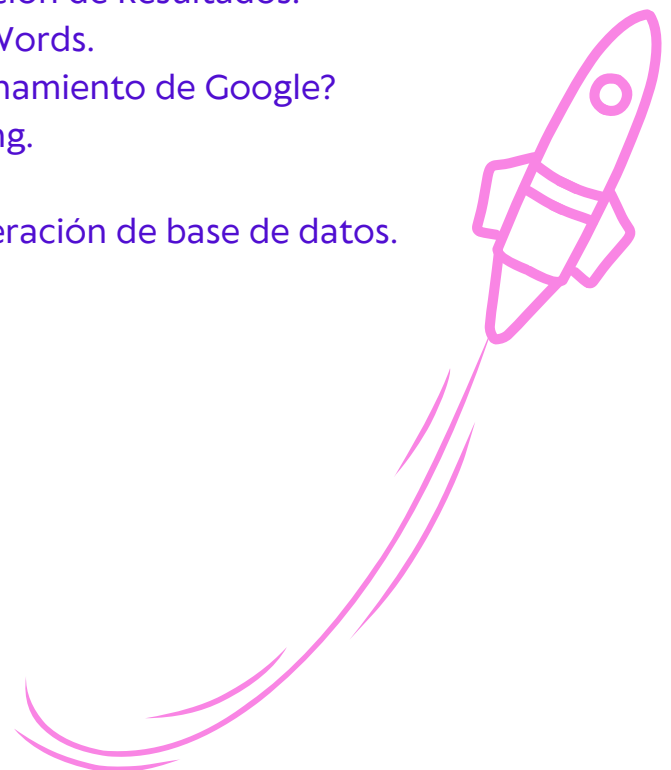
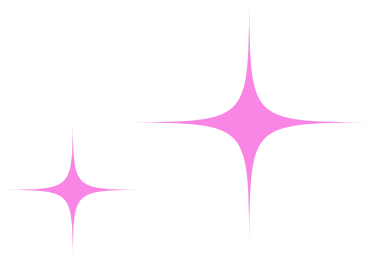


APRENDIZAJE ESPERADO

Emplear los buscadores WEB, seleccionando palabras claves, redactando anuncios publicitarios y con ello aplicar la analítica web y medición de resultados.

CONTENIDOS

1. Los factores que inciden en el posicionamiento en los buscadores.
2. Introducción a AdWords de Google, entenderla filosofía y utilidad del SEM.
3. Red de Búsqueda y Red de Display.
4. Selección de palabras Claves (Key Words), diferencias con la selección de Key Words de SEO.
5. Redacción de buenos anuncios que llamen la atención.
6. Introducción del Marketing de Contenidos.
7. Las métricas clave para medir resultados en un programa de posicionamiento Web.
8. Aplicación de la Analítica Web y Medición de Resultados.
9. Creación de campañas de Google AdWords.
10. ¿Cómo funciona el sistema de posicionamiento de Google?
11. Organizar una campaña de link building.
12. Pasos y gestión de la campaña.
13. E-mail marketing y estrategias de generación de base de datos.



El Centro de Capacitación del Comercio y la Industria (CCCI), fundado en 2006, bajo el alero de la Cámara de Comercio de Santiago, ha logrado su autonomía institucional manteniendo vínculos estrechos con un centenar de empresas y profesionales que han confiado en su gestión en desarrollo de Talento Humano, se ha establecido como una institución destacada en la capacitación continua para profesionales del sector comercio y servicios en Chile. Con más de una década de experiencia, esta entidad se especializa en el diseño y ejecución de programas educativos de alta calidad, orientados a fortalecer las competencias empresariales y profesionales en un entorno dinámico y competitivo.

El CCCI se distingue por su compromiso con el desarrollo profesional y empresarial, proporcionando herramientas prácticas y conocimientos actualizados que permiten a empresas y profesionales mejorar su desempeño y adaptarse a los constantes desafíos del mercado.



Socio Fundador
CÁMARA DE COMERCIO
DE SANTIAGO

EMPRESAS QUE HAN CONFIADO



+180K

ALUMNOS CAPACITADOS

+20

AÑOS EXPERIENCIA

+50

EMPRESAS HAN CONFIADO





info@ccc Capacitacion.cl



Agustinas 785 Of. 602, Santiago



Socio Fundador
**CÁMARA DE COMERCIO
DE SANTIAGO**
