

<b>Nombre de la acción formativa</b>	<b><i>Introducción al Marketing Digital</i></b>
<b>Descripción de la actividad:</b>	<p>Las empresas, hoy en día, se encuentran en un punto donde la competitividad y la globalización son la pauta de actuación a seguir y por lo tanto, la presencia de estas organizaciones en la era digital marca la diferencia.</p> <p>La comunicación a través de Internet genera una gran influencia debido al alto número de personas que la utilizan para desarrollar sus actividades o negocios. El Marketing Digital proporciona una serie de plataformas y herramientas que ayudan a implementar estrategias, gestionar planes y comprender las tendencias. Esto permite a las empresas contar con nuevas oportunidades de promoción al tener una elevada presencia en las Redes Sociales.</p> <p>Este curso, al contar con una metodología de casos, con ejemplos adaptados a la realidad de un negocio y trabajos de campo prácticos, le ofrece herramientas y recursos que ayudan a entender aspectos básicos y fundamentales que debe tomar en cuenta una empresa, independientemente de su tamaño para incursionar en el marketing digital.</p>
<b>Objetivo general:</b>	Conocer aspectos básicos y fundamentales del marketing digital, así como las principales plataformas digitales utilizadas por las empresas para promocionar sus productos en internet.
<b>Objetivos específicos:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer aspectos fundamentales, así como conceptos básicos del marketing digital, que les permitan a los participantes entender el origen y las bases teóricas sobre las que se rige para su correcta aplicación.</li> <li>2. Identificar los factores que inciden en la dinámica del marketing digital, desde la perspectiva de la mezcla de mercadeo y su funcionalidad.</li> <li>3. Entender los tipos de marketing digital que existen y las ventajas de utilizarlos como herramienta de promoción en las organizaciones.</li> <li>4. Identificar las plataformas y/o estrategias utilizadas en el marketing digital y su correcto abordaje como herramientas de promoción para los negocios.</li> </ol>
<b>Dirigido a:</b>	Profesionales autónomos, pequeños y medianos empresarios, así como a emprendedores que necesiten adquirir conocimientos sobre el marketing digital para promocionar su negocio.
<b>Metodología de capacitación:</b>	Curso
<b>Tipo de actividad de capacitación:</b>	Virtual
<b>Modalidad:</b>	Aprovechamiento
<b>Duración en horas</b>	40 horas (cuatro semanas, 10 horas por semana)
<b>Recursos y materiales</b>	Equipo conectado a internet, puede ser: celular, tableta, Laptop o computadora de escritorio

**Diseño curricular de la acción formativa:**

Objetivos específicos	Contenido temático	Actividades a realizar	Tiempo
<p>Conocer aspectos fundamentales, así como conceptos básicos del marketing digital, que les permitan a los participantes entender el origen y las bases teóricas sobre las que se rige para su correcta aplicación.</p>	<p><b>1.</b> Origen del Marketing Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De la web 1.0 hasta web 4.0</li> </ul> <p><b>2.</b> Conceptos teóricos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keyword</li> <li>- Keyword Research</li> <li>- Posicionamiento orgánico</li> <li>- SEO</li> <li>- SEM</li> <li>- Campañas Pay per click</li> <li>- Click to Rate o CTR</li> <li>- Backlink</li> <li>- Landing Page</li> <li>- Fan</li> <li>- Lead</li> <li>- Engagement</li> <li>- Buyer persona</li> <li>- Buyer Journey</li> <li>- Conversión</li> <li>- Funnel o envudo de conversión</li> <li>- Remarketing</li> <li>- Ecommerce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Foro Social: Dinámica de presentación de participantes.</li> <li>- Foro de Consultas</li> <li>- Video de explicación general del curso.</li> <li>- Presentación PPT (Video)</li> <li>- Actividad individual: Mapa mental</li> <li>- Video: ¿Qué es el marketing Digital?</li> <li>- (Tarea en línea) Lectura. (WIKI)</li> </ul>	<p>10 horas de estudio</p>
<p>Identificar los factores que inciden en la dinámica del marketing digital, desde la perspectiva de la mezcla de mercadeo y su funcionalidad.</p>	<p><b>1.</b> Las 4F's del Marketing Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Flujo</li> <li>- Funcionalidad</li> <li>- Feedback</li> <li>- Fidelización</li> </ul> <p><b>2.</b> La mezcla de mercadeo del Marketing Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto</li> <li>- Precio</li> <li>- Plaza o punto de venta Promoción</li> <li>- Personas</li> <li>- Procesos</li> <li>- Presencia</li> <li>- Productividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PPT (Video)</li> <li>- Lectura/Debate (Foro)</li> <li>- Video. (Tarea)</li> <li>- Actividad individual</li> <li>- (Ensayo)</li> </ul>	<p>10 horas de estudio</p>

<p>Entender los tipos de marketing digital que existen y las ventajas de utilizarlos como herramienta de promoción en las organizaciones.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tipos de marketing digital <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inbound Marketing</li> <li>- Outbound Marketing</li> <li>- Content Marketing</li> <li>- Marketing en Chatbot (conversacional)</li> <li>- Marketing en Redes Sociales</li> </ul> </li> <li>Ventajas del marketing digital <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Alcance Global</li> <li>- Interacción</li> <li>- Data</li> <li>- Segmentación</li> <li>- Tiempo Real</li> </ul> </li> </ol>	<p>Estudio de caso.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinámica: Respuesta a preguntas de análisis (Actividad Grupal).</li> <li>- Actividad Individual: Ensayo.</li> <li>- Ejemplos: Uso de Inbound y Outbound MK.</li> </ul>	<p>10 horas de estudio</p>
<p>Identificar las plataformas y/o estrategias utilizadas en el marketing digital y su correcto abordaje como herramientas de promoción para los negocios.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Principales plataformas y/o estrategias del Marketing Digital <ul style="list-style-type: none"> <li>- Google Ads <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionamiento Seo</li> <li>- Posicionamiento SEM</li> </ul> </li> <li>- Redes Sociales</li> <li>- Campañas de Email Marketing</li> <li>- Marketing de afiliados</li> <li>- Inbound Marketing</li> <li>- Marketing de Contenidos</li> <li>- Blog Corporativo</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación. Video.</li> <li>- Lectura.</li> <li>- Actividad grupal (Entrevista a Pyme: Uso plataformas digitales).</li> </ul>	<p>10 horas de estudio</p>

**Competencias por desarrollar en el curso**

<p>Competencias conceptuales</p>	<p>El participante comprenderá el marco conceptual, relacionado con términos básicos que le permitirán entender el origen y las bases teóricas sobre las cuales se rige el marketing digital, para su correcta aplicación.</p>
<p>Competencias procedimentales</p>	<p>El participante aprenderá sobre procedimientos básicos que se deben seguir para analizar los diferentes tipos de marketing digital y las plataformas a utilizar.</p>
<p>Competencias actitudinales</p>	<p>El participante comprenderá la importancia del alcance y ventajas de utilizar el marketing digital para promocionar sus productos y servicios en las plataformas digitales.</p>
<p>Competencias digitales</p>	<p>El participante conocerá las distintas plataformas que utiliza el marketing digital para promocionar sus productos y servicios; las cuales se han convertido en soluciones innovadoras y exitosas para las empresas e instituciones.</p>

**\*MODALIDAD DE APROVECHAMIENTO:** Los cursos virtuales cuya modalidad sea de aprovechamiento, podrán optar por el certificado cumpliendo con un requisito un mínimo de participación del 90% del tiempo efectivo y presentar la evaluación al finalizar la capacitación, cuya nota mínima de aprobación de la prueba será de 80 puntos.

**\*\*ACTIVIDADES A REALIZAR:** Aquí se detallan los diversos medios didácticos a utilizar, por ejemplo, videos introductorios, descripción, matriz de contenidos, esquemas conceptuales, foros, wikis, lecturas, imágenes, teleclases, autoevaluaciones, pruebas, entre otros.

**ESTE DOCUMENTO Y SU CONTENIDO ES PROPIEDAD INTELECTUAL DEL  
COLEGIO DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE COSTA RICA**