

Nombre de la acción formativa	Marketing Digital: Redes Sociales-
Descripción de la actividad:	<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>
Objetivo general:	Conocer aspectos fundamentales del marketing digital, referentes al mercado meta, venta, evaluación y herramientas para el manejo de las plataformas digitales y su correcta aplicación.
Objetivos específicos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer la metodología paso a paso para crear el perfil del buyer persona. 2. Identificar la metodología a utilizar para crear un funnel o envudo de conversión. 3. Entender la función y aplicación de las métricas utilizadas para la evaluación de las estrategias en marketing digital. 4. Conocer las herramientas de apoyo para monitorear el desempeño de estrategias en marketing digital, así como sus beneficios y tendencias.
Dirigido a:	Profesionales autónomos, pequeños y medianos empresarios, así como a emprendedores que necesiten adquirir conocimientos sobre el marketing digital para promocionar su negocio.
Metodología de capacitación:	Curso
Tipo de actividad de capacitación:	Virtual
Modalidad:	aprovechamiento
Duración en horas	40 horas (cuatro sesiones de 10 horas)

Diseño curricular de la acción formativa:

Objetivos específicos	Contenido temático	Actividades a realizarⁱ	Tiempo	Recursos y materiales
Conocer la metodología paso a paso para crear el perfil del buyer persona.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing Digital y el público objetivo 2. Introducción: ¿Qué es un Buyer Persona? 3. ¿Por qué se debe crear un Buyer Persona? 4. Cómo crear un Buyer Persona. 5. Ejemplos Buyer Persona 6. Cómo conseguir información de tu Buyer Persona. 7. Material de Apoyo: Plantillas para la elaboración del Buyer Persona. 	<p>Foro de Consultas?</p> <p>Actividad: Creación perfil Buyer Persona para una empresa.</p>	10 horas de estudio	<p>Acceso a internet Computadora de escritorio, portátil o tableta o celular.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Video Introductorio del Módulo. - Infografía: Diferencia entre Público objetivo y buyer persona. - Video: ¿Qué es un Buyer Persona? - Ebook: Buyer Persona - Plantilla y Ejemplo para crear un Buyer Persona.
Identificar la metodología a utilizar para crear un funnel o envudo de conversión.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing Digital y su evaluación 2. ¿Qué es un Funnel o embudo de Conversión (Venta)? 3. ¿Qué se necesita para crear un funnel o envudo de conversión? 4. Ejemplo de un funnel de Captación de Leads. 	Actividad: Análisis de un embudo de Ventas (Funnel).	10 horas de estudio	<p>Acceso a internet Computadora de escritorio, portátil o tableta o celular.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Video Introductorio del Módulo. - Infografía: Fases de un embudo de ventas. - Video: ¿Cómo crear un embudo de ventas? - Enlace: De la teoría a la práctica del embudo de ventas.
Entender la función y aplicación de las métricas utilizadas para la evaluación de las estrategias en marketing digital.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing Digital: Métricas 2. ¿Qué son las métricas y para qué sirven? 3. Principales Métricas (KPI's a utilizar en Redes Sociales. 4. Ejemplos y fórmulas 	Actividad: Cuadro Comparativo /Alcance RS.	10 horas de estudio	<p>Acceso a internet Computadora de escritorio, portátil o tableta o celular.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Video Introductorio del Módulo. - Minidiccionario Métricas. - Infografía: KPI's - Video: ¿KPI Básicas del Marketing Digital?

Objetivos específicos	Contenido temático	Actividades a realizar ⁱ	Tiempo	Recursos y materiales
Conocer las herramientas de apoyo para monitorear el desempeño de estrategias en marketing digital, así como sus beneficios y tendencias.	<ol style="list-style-type: none"> Recomendaciones para elegir KPI's en Redes Sociales. Herramientas recomendadas para evaluar campañas en marketing digital 	Actividad: Cuadro de Mando para Monitoreo de Redes Sociales.	10 horas de estudio	Acceso a internet Computadora de escritorio, portátil o tableta o celular. - Video Introductorio del Módulo. - Enlace: Herramientas gratuitas para monitorear Marcas en RS. - Video: Herramientas gratuitas para monitorear RS.

Competencias por desarrollar en el curso

Competencias conceptuales	El participante comprenderá el marco conceptual, enfocado en aspectos fundamentales que constituyen una base teórica sólida para entender y aplicar de manera correcta el marketing digital.
Competencias procedimentales	El participante aprenderá sobre los procedimientos que se deben seguir para crear un buyer persona y como aplicar métricas de evaluación para medir los resultados en el marketing digital.
Competencias actitudinales	El participante comprenderá la importancia de conocer su mercado meta y evaluar a través de métricas si las acciones que está realizando en marketing digital están dando el resultado esperado.
Competencias digitales	El participante conocerá las distintas herramientas tecnológicas que pueden servir de apoyo para monitorear y evaluar las estrategias realizadas en marketing digital.

***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**