

CURSO ONLINE

TOULOUSE
LAUTREC

MARKETING DIGITAL

06 MESES **CURSO ONLINE**

EDUCACIÓN CONTINUA



SOBRE EL CURSO

Domina los fundamentos del marketing digital y aplicalos para planificar, ejecutar y evaluar campañas en distintos canales y plataformas, integrando contenidos, publicidad digital, experiencia de usuario y analítica para la gestión de acciones digitales.



DURACIÓN
06 meses.



MODALIDAD
Online.



CERTIFICACIÓN

Al finalizar satisfactoriamente el curso, obtendrás un diploma en Marketing Digital a nombre de Toulouse Lautrec.



DIRIGIDO A

Público en general.

MÓDULO	CONTENIDO	SESIONES
Fundamentos de marketing, community management y creatividad digital	Fundamentos de marketing y community management - Perfiles y roles clave en el marketing digital y el community management. - Tendencias en marketing digital. - Ecosistema digital integral. - Microentorno digital: Medios propios, ganados y pagados. - Diferencias entre métricas y KPIs. - Objetivos generales vs objetivos SMART. - Construyendo tu modelo de negocio con el Business Model Canvas. - Kit de herramientas digitales para la creación de cuentas profesionales en Meta. - Proyecto. Creatividad para social media y estrategia de contenidos con IA - Marketing de contenidos y branded content. - Brief. - Storytelling. - Insights. - Plan de contenidos: - Pilares de comunicación. - Canales digitales, formatos y roles (Facebook, Instagram y Tiktok). - Calendarización (grilla de contenidos). - Generación de contenido y Copywriting - Call to action y microcopy. - Estrategias con influencers y de qué manera benefician a nuestras marcas. - Herramientas para la automatización de contenidos con IA: Microsoft Designer, ChatGPT, DALLÉ 3 y Gemini. - Proyecto.	8
Social media ads	Introducción a Meta & Business Manager y TikTok Ads - Configuración de cuentas publicitarias. - Estructuración de campañas. - Objetivos de campaña. - Tipo de campañas: Subasta o reserva. - Segmentación: Intereses, personalizados, lookalike y advantage. - Creación. - Ubicaciones en anuncios en Meta. - Tipo de compra. - Formato de anuncios. - Creación de catálogos. - Píxeles y eventos. Proyecto - Manejo del Ads Manager TikTok. - Crea tu cuenta de anunciante. - Tipos de formatos de anuncios. - Manejo de Ads Manager TikTok + creación cuenta de anunciante. - Creación de anuncios para TikTok. - Anuncios de colaboración (influencers y UGC). - Píxeles y públicos e informes. - Content, copy para anuncios/testimoniales, influencers y UGC.	8
Estrategia de marketing digital	Planeamiento estratégico digital Research digital: - Análisis interno: FODA, buyer persona, digital customer journey. - Análisis externo: Benchmark digital. - Auditoría inicial del negocio: Orgánico (Metricool). - Social listening: ¿qué dicen de las marcas externas? (Google Trends, Feedly). - Diferencias entre objetivos de branding y performance. - Social voice de la marca y gestión de crisis.	5
Posicionamiento orgánico en buscadores (SEO) e IA	- Fundamentos del SEO. - Algoritmo de los motores de búsqueda. - Fases del proceso de indexación. - Factores de relevancia: On page, off page. - Herramientas SEO: Google Keyword Planner, Ahrefs, SEMrush y Ubersuggest. - Estrategia SEO: - Auditoría SEO. - Keyword research. - SEO on site. - Generación de contenido y redacción SEO. - SEO off site. - Automatización del SEO con ChatGPT.	6
Estrategias de publicidad en buscadores (SEM)	Fundamentos del SEM - Principios del marketing SEM de buscadores. - Nivel de calidad y ranking de anuncios. - Keywords y sus tipos de concordancia. - Estructura de palabras clave. Creación y configuración de campañas - Creación de cuenta de Google. - Estructura de campañas en Google Ads. - Selección de objetivos y tipo de campaña. - Presupuesto, puja y CPC máximo. - Segmentación y audiencias. - Keywords y tipos de concordancias. - Creación de anuncios y recursos de anuncios (extensiones). Optimización y medición - Indicadores clave de rendimiento (CTR, CPC, conversiones, ROAS). - Ajustes de puja, segmentación y anuncios. - Buenas prácticas de optimización continua. Certificación - Preparación para la certificación de Publicidad en Búsqueda de Google Ads.	7
UX e email marketing	- User Experience (UX) y su uso actual. - Tipos de proyectos web. - Navegación, búsqueda interna, formularios y carrito de compra. - Análisis heurístico y pruebas de usabilidad. - Lean UX. - User person. - Mapa de empatía. - Prototipado. - Email marketing y tipos de campaña - Creación de correos con Mailchimp.	4
Análítica y principales métricas de marketing digital	- Análítica descriptiva. - Métricas del ecosistema digital. - Procedencia de la data. - Google Analytics 4. - Diferencias con Universal Analytics. - Métricas y dimensiones. - Reportes en GA4. - Análisis y toma de decisiones. - Google Looker Studio. - Creación de dashboard. - Certificación de Google Analytics (GA4).	5
Proyecto final	- Elevator pitch del proyecto. - Desarrollo de plan de medios digitales: SEO, SEM y demás canales digitales. - Presupuesto. - Pautas y asesorías para presentar el proyecto final. - Presentación de proyecto final: plan de marketing digital completo con todas sus partes y estrategias aplicadas a la empresa trabajada a lo largo del curso	5

¿POR QUÉ ELEGIR TOULOUSE?



+40 años de trayectoria y prestigio académico.



Contenido de calidad y alta demanda.



+30,000 alumnos confiaron en nosotros.



Especialistas en creatividad.



- i) El inicio del programa está sujeto al cumplimiento del cupo mínimo de alumnos establecido por la institución.
- ii) La institución se reserva el derecho de realizar cambios en la malla, acorde a su proceso de mejora continua y actualización de contenidos.