



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## COMM15 ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL

---

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

Este Curso COMM15 ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMM15 ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL el alumno será capaz de Diseñar una estrategia de marketing omnicanal de captación y crecimiento del negocio para alcanzar y superar los objetivos marcados, seleccionando los canales, formatos y medios óptimos de acuerdo con la audiencia y el producto, a través de contenidos de calidad.

### CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISCIPLINAS Y CONCEPTOS ESTRATÉGICOS DEL MARKETING DIGITAL

1. Adquisición de los fundamentos del marketing digital
2. Conocimiento del ecosistema, de los diferentes players y de los perfiles que componen el marketing digital
3. Entendimiento de las claves del SEO, SEM, Display, Email marketing, Social Ads, Inbound, Programática...
4. Conocimiento de las herramientas de research y validación digital
5. Entendimiento de los aspectos legales esenciales del marketing digital

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE MARKETING DIGITAL

1. Planteamiento del plan de marketing digital completo, efectivo y rentable y su correspondiente distribución presupuestaria por disciplinas
2. Uso de herramientas para identificar tendencias y consumos, analizar el mercado e investigar sobre la competencia
3. Entendimiento de la base de la analítica digital para tener nociones de cómo se generan los datos digitales y ser capaces de tomar decisiones

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIGITAL CONTENT PLAN & BRANDED CONTENT

1. Comprensión del Digital Content Plan & Branded Content
2. Definición y uso de los clientes ideales y uso de la herramienta Buyer Persona Canvas
3. - Ventajas de la dedicación a los clientes ideales
4. - Generación de perfiles de clientes ideales
5. - Cómo identificar clientes ideales
6. - Creación de Buyer Persona Canvas
7. Conocimiento de las fases y acciones de un Funnel de conversión
8. - Desarrollo de un Funnel de conversión
9. - Optimización del Funnel de conversión
10. Aplicación de los principios del marketing en buscadores y las claves de la redacción para SEO

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESOS, HERRAMIENTAS Y CANALES DEL INBOUND MARKETING

1. Comprensión global de los componentes de un proyecto SEO
2. - Título de la página
3. - Descripción de la página
4. - Palabras Clave (en desuso)
5. - Encabezados H1, H2 y H3.
6. - Imágenes con atributos y nombre
7. - Enlaces internos y externos con URL amigable

8. - Evitar el uso de elementos que no indexan bien
9. - Insertar un Sitemap XML
10. Adquisición de los conceptos básicos de Marketing Automation
11. - Definición de objetivos
12. - Preparación de la implementación de un proceso de Marketing Automation
13. - Externalización o internacionalización del Marketing Automation
14. - Elección de un buen software de Marketing Automation
15. Conocimiento de las estrategias y herramientas para el marketing en redes sociales
16. Uso del email marketing
17. Planteamiento de la analítica como herramienta para la consecución de objetivos

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING EN BUSCADORES

1. Conocimiento de los elementos clave e imprescindibles de cómo se monta una campaña en cada una de las plataformas y los principales factores del posicionamiento de SEM
2. Comprensión del diseño de una estrategia de SEM integrada en una estrategia de marketing global
3. Dominio de los formatos publicitarios para ecommerce y marketplaces
4. Análisis del ecosistema y funcionamiento de la Programática y Real Time Bidding
5. Adquisición de las claves de cómo ejecutar las campañas y los soportes disponibles gracias a los datos y segmentación al detalle
6. Aprendizaje sobre la generación de reporting de las campañas

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA MARKETING

1. Comprensión de la importancia del mobile marketing
2. Dominio de los principales formatos publicitarios en redes sociales y redes publicitarias
3. Conocimiento de los elementos clave e imprescindibles de cómo se monta una campaña en cada una de las plataformas
4. Creación y seguimiento de las estrategias de campaña y objetivos clave (KPIs)
5. Comprensión de los nuevos canales de adquisición: plataformas, videojuegos, nuevas redes, marketing de influencers...

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE GESTIÓN, PERSONALES Y SOCIALES, PARA EL ENTORNO DIGITAL

1. Impulso de habilidades digitales:
2. - Liderazgo participativo
3. - Gestión del cambio
4. - Inteligencia emocional
5. - Storytelling
6. - Creación de marca personal
7. - Comunicación y negociación en entornos digitales
8. Comprensión de las competencias necesarias para el nuevo entorno digital:
9. - La influencia digital
10. - La colaboración en el entorno
11. - La integración de la diversidad
12. - La gestión emocional
13. - La agilidad en toma de decisiones
14. - La anticipación en contextos digitales
15. - La flexibilidad para la transformación
16. - La asunción de incertidumbre y riesgos
17. - La elaboración, gestión y difusión de contenidos
18. Conocimiento de las herramientas imprescindibles para:
19. - El trabajo colaborativo
20. - El trabajo en remoto
21. - La gestión de proyectos
22. - Automatización de flujos de trabajo
23. Práctica en las claves del trabajo en equipo y de la productividad en remoto
24. Fomento del liderazgo participativo y la gestión del cambio
25. Dominio de la comunicación y la negociación en entornos digitales
26. Práctica del modelo de competencias para el entorno digital
27. Elaboración y gestión de la marca personal desde la importancia del storytelling



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)