

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO

Guía del Curso

Experto en Gamificación Aplicada al Marketing Digital

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

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

OBJETIVOS

Si tiene interés en el sector del marketing aplicado al ámbito digital y quiere complementar su formación con los aspectos generales que engloba la gamificación este es su momento, con el Curso de Experto en Gamificación Aplicada al Marketing Digital podrá adquirir los conocimientos oportunos para desenvolverse de manera experta en la materia.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads

5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

MÓDULO 2. GAMIFICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GAMIFICACIÓN

1. Definición del concepto: Gamificación
2. Los usuarios y su comportamiento
3. Proyecto de Gamificación
4. Diseño de Juegos

5. Aplicaciones de la Gamificación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA IMPORTANCIA DE LA GAMIFICACIÓN EN LA EMPRESA

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS
3. MAPA CONCEPTUAL
4. Introducción
5. Historia de la gamificación
6. Aplicaciones y utilidades
7. Primeras consideraciones para diseñar un sistema gamificado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS CARACTERÍSTICAS DEL JUEGO EN LA EMPRESA

1. Definición de juego y características básicas
2. Diferencias entre “game” y “play”
3. Juegos de realidad alternativa (ARG)
4. Gamificación y generación Y

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GAME THINKING

1. ¿Qué es el game thinking?
2. Reglas de diseño
3. Cómo aprovechar las emociones
4. Anatomía de la diversión

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GAME ELEMENTS

1. Los elementos de juego o game elements

2. La tríada PBL (points, badges, lists)
3. Limitaciones de los elementos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GAMIFICACIÓN EN LA EMPRESA Y PSICOLOGÍA

1. La gamificación como diseño emocional
2. Conceptos de psicología y gamificación
3. Relación conducta/gamificación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RESULTADOS, ESTÍMULOS Y RECOMPENSAS

1. Definición y estructura de las recompensas
2. Calendarización de recompensas
3. Teorías conductuales: limitaciones
4. Teorías conductuales: riesgos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TEORÍAS EN LA GAMIFICACIÓN

1. Engagement y motivación
2. Teoría de la autodeterminación
3. Teoría de la motivación
4. El modelo RAMP y la motivación intrínseca
5. Teoría del flujo
6. Teoría de establecimiento de objetivos



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es