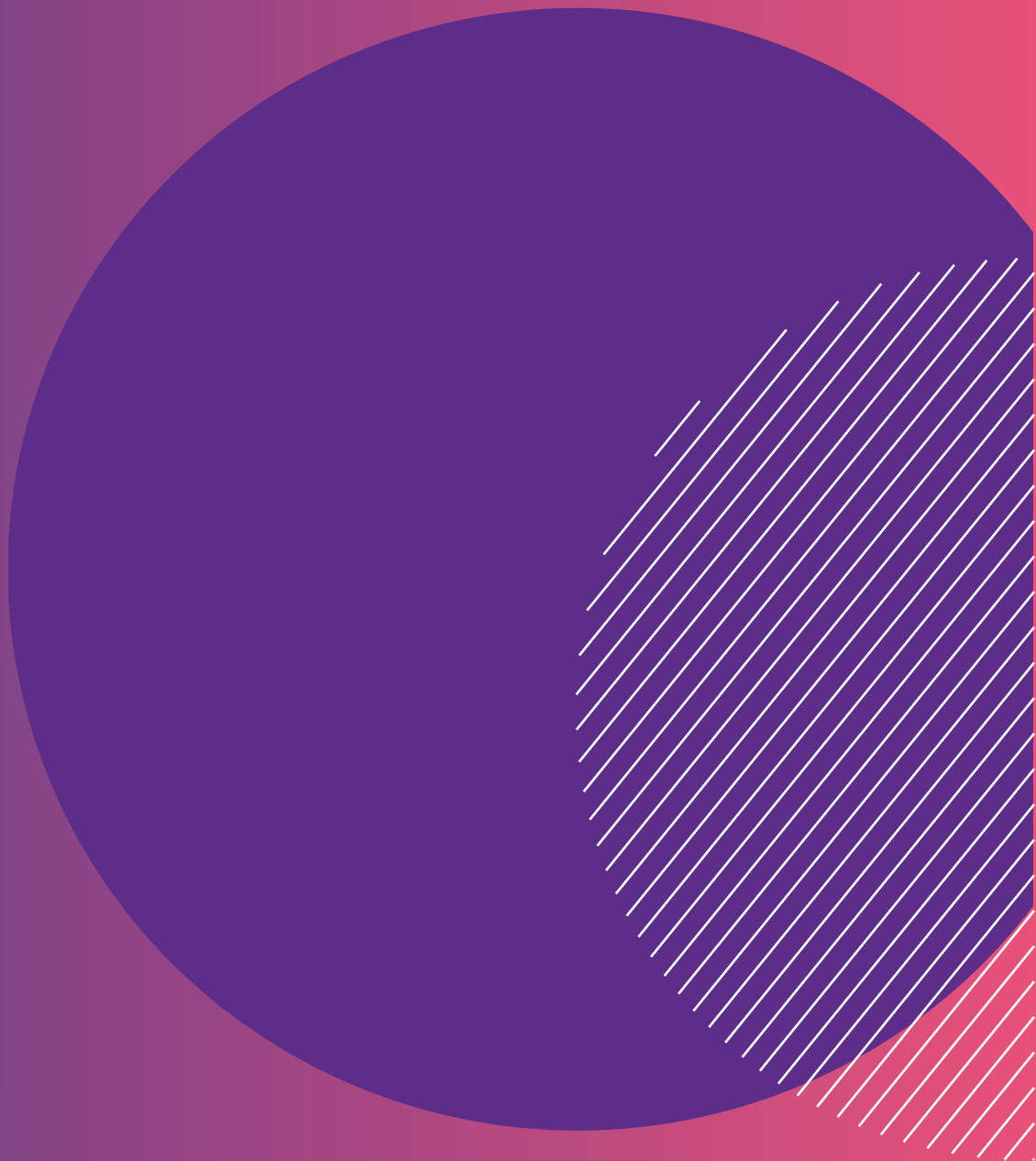


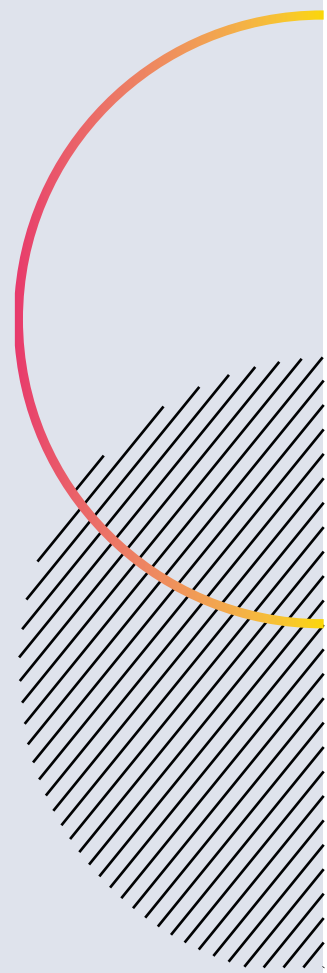
**TOULOUSE**  
**LAUTREC**

# Plan de Marketing Digital



# Contenido

<b>Presentación</b>	<b>2</b>	
📖 Competencia	<b>2</b>	
📖 Capacidades	<b>2</b>	
🕒 Tiempo de dedicación a tu curso	<b>2</b>	
🔍 ¿Cuáles son nuestros insumos?	<b>2</b>	
📄 Organización de los contenidos y actividades		<b>3</b>



## Competencia

El estudiante comprenderá que las acciones digitales tienen que estar alineadas al plan de marketing tradicional. Además, conocerá las herramientas que deberá aplicar para analizar el ecosistema digital, para posteriormente diseñar un plan de marketing digital fijando objetivos Smart y entendiendo cuáles son los indicadores principales que deberá considerar para el análisis de resultados. Finalmente, conocerá las metodologías pilares del marketing digital para que las pueda aplicar en su proyecto integrador.


## Capacidades


Módulo 1	Módulo 2	Módulo 3
<p>Conoce la importancia del marketing para los negocios, comprende las diferencias entre el marketing tradicional y digital y define el modelo de negocio digital.</p>	<p>Conoce la estructura del plan de Marketing Digital y obtiene las herramientas para diseñarlo, implementarlo y medirlo.</p>	<p>Conoce las principales metodologías del marketing digital y presenta el proyecto integrador.</p>

## Tiempo de dedicación a tu curso


El curso es 100% online, está distribuido en 3 módulos. La duración del curso es de 5 horas, las cuales deberás distribuir para revisar los recursos y resolver las actividades.

## ¿Cuáles son nuestros insumos?

 **Guía de estudio**  
 Todos los contenidos y actividades descritos, para guiarte en el desarrollo del curso.

 **Píldoras de conocimiento**  
 Audiovisuales con tu docente para explicar de manera amigable los contenidos de cada módulo.

 **Presentaciones interactivas**  
 Contenido explicativo interactivo sobre los temas de cada módulo.

 **Actividades**  
 Autoevaluaciones y foro para fortalecer y compartir tus aprendizajes.



## Organización de los contenidos y actividades

Módulo	Contenidos	Actividades asíncronas
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introducción al Marketing</li> <li>▪ Introducción al Marketing Digital</li> <li>▪ Modelos de Negocios</li> <li>▪ Propuesta de Valor</li> <li>▪ Segmentación &amp; Posicionamiento</li> <li>▪ Buyer Persona</li> </ul>	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva</p> <p>Resuelve la autoevaluación</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estructura del Plan de Marketing Digital</li> <li>▪ Autodiagnóstico (Análisis Interno)</li> <li>▪ Público Objetivo, Competencia y Benchmarking (Análisis Externo)</li> <li>▪ Ecosistema Digital</li> <li>▪ Planificación y Acciones</li> <li>▪ Kpis/Resultados</li> </ul>	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva</p> <p>Resuelve la autoevaluación</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Social Media Marketing</li> <li>▪ Publicidad en buscadores</li> <li>▪ Content Marketing</li> <li>▪ Influencer Marketing</li> <li>▪ Inbound Marketing</li> </ul>	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva.</p> <p>Resuelve la autoevaluación.</p> <p>Participa del Foro de cierre del curso.</p>