



MARKETING

INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

PROFESORA
ALEXIA SAITÚA



www.fundaciongeo.org.ar
info@geo.org.ar
Uruguay 469 12 A, CABA
Tel. +54 11 5199 0868/69

Seguinos en las
redes sociales



Entrá a nuestra web
y enterate de más!



El Marketing Digital es el uso de Internet y las redes sociales con el objetivo de mejorar la comercialización de un producto o servicio. Es un complemento del marketing tradicional, no un sustituto. Su importancia radica en que, al desenvolverse en el ambiente digital, hay aspectos de la gestión que se facilitan si se dominan las herramientas adecuadas. Y este dominio permite lograr más efectividad en menos tiempo. Aspectos como la métrica, la personalización de los mensajes, la fidelización, el aumento de ventas al compás del creciente flujo comercial a través de las redes; todos estos temas son abordados en esta actividad. Hoy trabajar a futuro la visibilidad de la marca no es posible si una adecuada estrategia en las redes. En este curso vamos a brindar los aspectos indispensables para poder trabajar en una estrategia propia.

INICIO DEL CURSO

10 de noviembre de 2020, desde las 19 horas

DURACIÓN

El curso tendrá una duración de ocho (8) horas

CANTIDAD Y FECHAS DE REUNIONES

La actividad se compone de 4 reuniones de 2 horas cada una:

De 19:00 a 21:00 hs

- 10 de noviembre de 2020
- 12 de noviembre de 2020
- 17 de noviembre de 2020
- 19 de noviembre de 2020

MODALIDAD

Virtual, a través de la plataforma Zoom.

DESTINATARIOS

Todo aquel que quiera y necesite aprender a crear estrategias de Marketing Digital para implementar en su trabajo y/o emprendimiento. Además, todos aquellos que quieran complementar su formación como, por ejemplo: programadores, ingenieros, diseñadores, comunicadores, sociólogos, psicólogos, periodistas, analistas, publicistas y emprendedores.

OBJETIVOS

- Aprender acerca del manejo de las herramientas propias de la gestión de marketing, integrándolas con las nuevas tecnologías y el cambio de paradigma en las comunicaciones y la aparición del prosumidor.
- Entender al ecosistema digital en su totalidad, unificándolo con las estrategias integrales de la compañía y el plan global de Marketing.
- Adquirir la capacidad de conocer y trabajar con las tecnologías apropiadas para marketing digital.
- Alcanzar los fundamentos teóricos y prácticos del Marketing Digital y su importancia en el contexto global actual como soporte de los Negocios 2.0.
- Comprender el concepto de estrategias digitales en su sentido más amplio y su relación con el marketing integral.
- Ser capaz de elaborar los aspectos básicos de una campaña de Marketing Digital.

TEMARIO

- Introducción al Marketing Digital y a los modelos de negocios digitales.
- Estrategias y promoción de producto/servicio en Internet: E-commerce. E-mail marketing. Inbound Marketing. Marketing en buscadores.
- Estrategia de marca, publicidad y performance. Tipos de Oferta y Pago de Publicidad. Canales de distribución digital.

- Modos de dar a conocer tu mensaje: Ads: display, rich Media, anuncios nativos, interstitials. Tipos de Ads en players de video. Perfiles de advertisers y publishers: Ad Exchanges, Adnetwork.
- Análisis de planes y campañas: Web Analytics, lectura de reportes, conversión, monetización y armado de presupuesto.
- Herramientas de comunicación tradicionales y medios digitales.
- Plan de marketing digital integrado con la estrategia de la empresa o el emprendimiento.

METODOLOGIA

Exposición dialogada. Presentaciones conceptuales combinadas con talleres grupales. Se centra en ejercicios individuales y grupales dirigidos, análisis de casos, a partir de pautas de coordinación y en función de las necesidades de capacitación y experiencias de los asistentes.

PROFESORA

Alexia Saitúa

Actualmente se desempeña como Marketing Science Agency Partner en Facebook. Se ha desempeñado 2 años como Directora de Marketing Science para las unidades de negocio de OMD y PHD, representando la unidad de Annalect en Argentina. Estuvo a cargo como Coordinadora Digital, de las estrategias digitales de PepsiCo durante 2 años. Ha trabajado en empresas de investigación de Mercado como IDC y estuvo a cargo del desarrollo del área de Business Intelligence en Positivo BGH durante 4 años. Es docente de investigación de mercado en IURP, de Marketing Directo en UCEMA, y de Marketing 1 y 2 en Universidad de Belgrano.

MATERIAL A ENTREGAR

Entrega de certificados de asistencia virtual, material de curso.

ARANCEL

\$3200.-

CIERRE DE INSCRIPCIÓN

9 de noviembre de 2020, a las 18hs

FORMAS DE PAGO

Mercado Pago