

PLAN DE ESTUDIOS

Marketing Digital

100% Online

OnePage

Expansión Digital



¿Por qué elegir **One Page Academy?**

Nuestra ecuación es simple:

Damos **#OverPower** a tus conocimientos.
Nuestro método es super efectivo.

Es simple: **ENSEÑAMOS CON PRÁCTICA Y EXPERIENCIA!** ya que somos una empresa con + 200 proyectos trabajados. Hacemos no solo que el estudiante aplique los conocimientos, sino que ayudamos a que se inserte laboralmente en la industria digital de manera efectiva.

■ Cambiá la forma de aprender marketing digital y programación a través de experiencias reales.

■ Desarrollá habilidades y adquirí conocimiento práctico para poder insertarte en el mundo de la transformación digital.

■ Vas a saber implementar estrategias de marketing, dominar lenguajes de programación y habilidades digitales.

Perfil Profesional **¿A quién está dirigido?**

Jóvenes profesionales que tienen como objetivo iniciar su carrera laboral de manera rápida y con una formación constante con el objetivo de formar parte de las carreras del futuro.

Profesionales que buscan insertarse en la nueva realidad y desean expandir su visión. Esto implica profesionales sin experiencia (o experiencia básica) en el mundo del desarrollo web y otros campos como marketing, ventas, operaciones o cualquier otro.

Ingresá al mundo laboral acompañado por nuestros tutores.



Mentores



Pablo Paéz: es consultor, Asesor y ejecutor en proyectos referidos al Marketing Digital, Administración Gerencial de Negocios e Ingeniería en Sistemas; en especial el área E-Business, Big Data & E-Commerce, con experiencias laborales tanto en comercio como en sistemas de información.



Paula Ruíz: consultora y asesora, especializada en estrategias publicitarias en medios sociales y Neuromarketing, ambos temas se unen para potenciar todo tipo de campañas de publicidad. “En el área del Marketing Digital, existe una enorme potencialidad de crecimiento y de mejora de resultados, si se incorpora conocimientos científicos.”



Lautaro Vitulli: comunicador, gestor y director de Marketing Digital de One Page Agency. Máster en Marketing y Gestión Comercial y estudiante en Máster de Marketing Digital en EUDE Business School. Apasionado por el trabajo y la educación.



Marianela Leguizamón: Lic en Marketing. Especializada en Paid Media y Marketing Estratégico, y experta en mercados financieros. Actualmente se desempeña como consultora privada, encargada del Área de Marketing en Grupo Budeguer y Paid Media Manager del área de Google Ads en One Page Agency. Certificada en Google Ads y Analítica Web



OBJETIVOS DEL ÁREA:

Se espera que los alumnos sean capaces de:

- Adquirir conocimientos técnicos y pensamiento estratégico para desarrollar planes de Marketing Digital.
- Reconocer las posibilidades que ofrece el entorno digital al nuevo mercado global.
- Desarrollar un juicio crítico, autónomo y constructivo sobre la publicidad digital y la presencia de las marcas en las distintas plataformas.
- Adquirir actitudes y conocimiento de las diferentes herramientas del mercado global.
- Conocer las principales herramientas y elementos para construir una campaña.
- Comprender cómo potenciar los objetivos comerciales y publicitarios de un proyecto, organización y/o negocio, a través de las principales plataformas de Marketing Digital.
- Implementar campañas publicitarias de anuncios pagos en Facebook, Instagram, Google y sus partners de búsqueda.
- Adquirir las habilidades para utilizar herramientas y conceptos ad-hoc, que optimizan el uso de las plataformas con el fin de generar mejores resultados.





Inicial - intermedio

Módulo I: Inbound Marketing

- Introducción al marketing digital. Orígenes y alcance.
- Evolución del MKT Tradicional al MKT Digital.
- Nuevas tendencias digitales.
- Audiencia y público objetivo - Buyer persona.
- Funnel de conversión.
- Segmentación.

Módulo II: Redes Sociales

- Marketing de Contenido en Redes Sociales
- Preparación del perfil de las redes.
- Facebook + Instagram, sus usos y beneficios.
- WhatsApp Business.
- Cómo usarlo de manera efectiva.

Módulo III: Publicidad en Redes Sociales

- Introducción a la publicidad en Redes.
- Por donde empiezo una estrategia
- Facebook Ads:
 - Creación de campañas:
 - Audiencias.
 - Pixel y Remarketing.
 - Optimización de campañas.
- Creatividad en las campañas
- Presupuestos de inversión
- Plan de acción
- Proyecciones

Módulo IV: SEM I

- Introducción a SEM y Google Ads.
 - ¿Como empezar? Configuración de la cuenta.
 - Estructura de Campañas
- Campañas de Búsquedas
 - Configuración de campañas de búsquedas
 - Claves para generar anuncios
 - Palabras Claves: Tipos de Concordancia
 - Extensiones de Anuncios
 - Keyword Research: Planificador de palabras claves
- Campañas de Display
 - Configuración de Campañas
 - ¿Cómo generar los públicos objetivos?
- Públicos y Remarketing
 - Configurar los públicos de Remarketing
 - ¿Cómo generar públicos personalizados?
- Conversión y Optimización
 - ¿Cómo crear conversiones personalizadas?
 - Mejorar la posición media de los anuncios
 - ¿Cómo optimizar las campañas de display?
- Retorno de Inversión a corto plazo.
 - Conceptos básicos sobre Campañas y Cuentas AdWords.
 - Formatos de los anuncios de AdWords.
 - Posibilidades de targeting en AdWords.
 - Optimización de campañas a AdWords.
 - Herramientas de apoyo en AdWords.

Módulo V: Email Marketing

- Introducción:
- Funnel
- Creación de campañas
- Objetivos y KPIs
- Automatización
- Reportes

Módulo VI: SEO & Analytics

- Google Analytics: ¿Qué es y para que funciona?
- Configuración y conexiones de cuentas.
 - Cuenta - Vista y Propiedades
 - Análisis, métricas y resultados
 - Configuración de Objetivos
- Google Search Console: ¿Qué es y para qué funciona?
 - ¿Como conectar una cuenta?
 - Métricas importantes
- SEO. Optimización en Buscadores.
 - ¿Cómo funciona el buscador??
 - ROI a largo plazo vs ROI a corto plazo.
 - Principios básicos del Algoritmo.
 - Optimización del contenido.
 - Linkbuilding y linkbaiting.
 - White SEO vs Black Hat.
 - Herramientas de trackeo



Módulo VII: Ecommerce

- ¿Qué es E-Commerce?
- Planificación estratégica
 - Modelos: B2B – B2C – C2C
 - ¿Market Place o tienda propia?
 - Pilares de las tiendas
- Logística
- SAC (Servicio de atención al cliente)
- Medios de Pago
 - Online
 - Offline
 - Plataformas de pago
- Marketing
 - Multicanalidad, omnicanalidad y Cross Channel
 - Fidelización

Módulo VIII: SEM II

- MCC: ¿Qué es y para que sirve?
- Google Tag Manager:
 - ¿Qué es y para que sirve?
 - Etiquetas – Variables y Activadores. Configuraciones
 - Conexión Google Universal analytics
 - Conexión Google Analytics G4
- Google Analytics G4. Introducción y entrenamiento
- Configuración de Objetivos avanzados en Google Universal Analytics
 - Ecommerce Enhanced Mejorado
 - Embudo Multicanal. ¿Qué es y para que sirve?
 - KPI y métricas de Ecommerce:
 - Tasa de Conversión
 - Transacciones
 - % de Rebote
- Informes
- Campañas Smart – Shopping y Youtube
 - Configuraciones
 - Cuando usar una y otra
 - Conexiones y objetivos.
 - Google data Studio:
- Informes en tiempo real personalizados

