

PROGRAMA DEL CURSO

Fundamentación

Es indudable la proliferación de pequeños comercios, emprendimientos y servicios autónomos que han surgido en los últimos años, sobre todo debido a la pandemia, la cuarentena y las subsiguientes consecuencias socio-económicas, que llevaron a pérdidas de empleo importantes.

Las herramientas que brinda el marketing, y concretamente el marketing digital, son de suma utilidad para estos proyectos incipientes, ya que no requieren una inversión económica inicial, o es muy baja, y su llegada a potenciales clientes es enorme.

Si bien cualquiera puede comenzar a utilizarlas, conocerlas en mayor detalle permite sacarles mejor provecho, lo que se traduce en un aumento de la llegada, y subsecuentemente, un aumento en las ventas o contrataciones de servicios.

En esta oportunidad, el curso "Marketing Digital II" busca incrementar las herramientas y conocimientos teóricos y prácticos que fueron aprendidos en el nivel I, con el fin de continuar desarrollando estrategias comerciales en línea efectivas.

Objetivos

- Ofrecer conceptos teórico-prácticos sobre el marketing digital, en base a los visto en el nivel I
- Desarrollar herramientas prácticas para el impulso de emprendimientos y pequeños comercios o servicios.
- Consolidar la marca de estos emprendimientos.

Destinatarios

- Emprendedores.
- Personas que estén comenzando o deseen emprender.
- Dueños de pequeños negocios.
- Empresarios emergentes.
- Prestadores de servicios u oficios.
- Quienes hayan cursado Marketing Digital I o tengan algún conocimiento previo.

Metodología

El taller tendrá la metodología educativa a distancia a través de la plataforma virtual de la Dirección de Promoción del Empleo del Municipio de Ituzaingó.

Cabe destacar que la plataforma es de utilización flexible y asincrónica, por lo cual, cada estudiante podrá manejar sus tiempos de aprendizaje. Los ejercicios o evaluaciones tendrán un tiempo delimitado para ser entregados por medio de la misma plataforma. En ella, se subirán temas disparadores para el análisis, textos académicos, actividades, foros de debates, entre otros.

Duración

Dos meses.

Desarrollo

Bloque 1: Presentaciones

- ✓ Presentación del curso y del docente a cargo
- ✓ Presentación de los alumnos
- ✓ Explicación de la modalidad de cursado y evaluación
- ✓ Diferencia entre red social y comunidad

Bloque 2: Redes sociales

- ✓ Blogs
- ✓ LinkedIn
- ✓ Twitter
- ✓ Pinterest

Bloque 3: Más redes sociales

- ✓ Tik Tok
- ✓ YouTube
- ✓ Redes para tiendas de alimentos
- ✓ Redes para artistas
- ✓ Otras redes

Bloque 4: E-commerce

- ✓ Características
- ✓ Diferencias con el comercio tradicional
- ✓ Ventajas e inconvenientes del e-commerce
- ✓ Marketing y e-commerce
- ✓ Agregar negocio en Google Maps

Bloque 5: Mercado Libre y Mercado Pago

- ✓ ¿Cómo publicar en Mercado Libre?
- ✓ ¿Cómo ser un vendedor exitoso?
- ✓ ¿Qué es Mercado de Pago y cómo funciona?
- ✓ Otras billeteras virtuales
- ✓ Cómo evitar estafas.

Bloque 6: Fundamentos del posicionamiento web

- ✓ SEO: Definición
- ✓ SEO: Características
- ✓ SEM
- ✓ El buscador
- ✓ Estructura SERP
- ✓ Palabra clave

Bloque 7: Inteligencia artificial

- ✓ Inteligencia artificial y MKT Digital
- ✓ Realización de la evaluación final

Bloque 8: Despedida y Evaluación de calidad

- ✓ Recuperatorio
- ✓ Encuesta
- ✓ Foro de despedida
- ✓ Entrega de correcciones

Criterios de Aprobación

Para aprobar:

- ✓ La nota de la evaluación final debe ser mayor o igual a 7.00 puntos.
- ✓ Se debe tener 70% de las autoevaluaciones aprobadas y de las actividades realizadas.