



# MARKETING + Chat GPT

41 HORAS

---

criteria





# MARKETING

Este itinerario formativo en Marketing digital que incluya diversas áreas como e-mail marketing, Google Adwords, Google Analytics, SEM, SEO, e Inbound Marketing proporciona a los empleados las habilidades y conocimientos necesarios para aumentar la visibilidad, atraer y retener clientes, y mejorar significativamente el retorno de inversión en las campañas de marketing.

Esta formación va dirigida al personal operativo: para entender y ejecutar tácticas de marketing digital de manera efectiva.  
Mandos intermedios: para supervisar campañas de marketing y optimizar estrategias basadas en datos.  
Alta dirección: para tomar decisiones estratégicas informadas y alinear las campañas de marketing con los objetivos empresariales.



# CURSOS

---

E-mail marketing

Google Adwords: dominando la publicidad digital

Google Analytics

Marketing de buscadores: SEM

Marketing de buscadores: SEO

Inbound Marketing y Storytelling

ChatGPT para usuarios: de cero a experto



# E-MAIL MARKETING

2 HORAS

## OBJETIVOS

- Aprender a crear campañas de correo electrónico efectivas y atractivas.
- Desarrollar habilidades para segmentar y personalizar tus mensajes para aumentar la tasa de conversión.
- Conocer herramientas y técnicas para medir y optimizar tus resultados de e-mail marketing.
- Adquirir destrezas para integrar el correo electrónico en tu estrategia de marketing global.
- Aprender a monitorear y evaluar tus resultados y hacer mejoras continuas para aumentar la efectividad de tus campañas de correo electrónico.

## CONTENIDOS

- Por qué el email marketing es esencial para el crecimiento de una empresa
- Email-Marketing
- Construcción de una base de datos propia
- Qué es el engagement en Email Marketing y cómo potenciarlo
- Cómo optimizar la web para ganar suscriptores
- 3 fases a tener en cuenta y qué contenidos enviar en cada una de ellas
- Cómo escribir asuntos que generen apertura del email
- Trucos para mailing
- Cómo diseñar una estrategia de email marketing que arroje resultados reales
- Cómo realizar envíos de e-mail
- Conseguir contactos y bases de datos para campañas de e-mail marketing
- Cómo vender con email marketing



# GOOGLE ADWORDS: DOMINANDO LA PUBLICIDAD DIGITAL

4 HORAS

## OBJETIVOS

- Introducir a los participantes en el ecosistema de Google AdWords y explicar la importancia de la publicidad PPC (Pago Por Clic).
- Entender cómo estructurar las campañas y grupos de anuncios para maximizar la relevancia y el rendimiento.
- Aprender a seleccionar y utilizar palabras clave estratégicamente para mejorar la visibilidad de los anuncios y gestionar el presupuesto de manera eficiente.
- Desarrollar habilidades prácticas en la creación de anuncios atractivos que mejoren la tasa de clics (CTR) y la conversión.

## CONTENIDOS

- Qué es Google Adwords
- Formatos y soportes publicitarios
- Ventajas de su uso



# GOOGLE ANALYTICS

4 HORAS

## OBJETIVOS

- Aprender a configurar y utilizar Google Analytics para medir el rendimiento de tu sitio web.
- Analizar el comportamiento de tus usuarios y mejorar la experiencia de usuario.
- Descubrir cómo utilizar los datos de Google Analytics para tomar decisiones informadas y mejorar la efectividad de tus campañas de marketing.
- Desarrollar habilidades para crear informes y análisis personalizados que te permitan monitorear y evaluar el rendimiento de tu sitio web.
- Conocer las mejores prácticas para optimizar el rendimiento de tu sitio web y aumentar la efectividad de tu estrategia de marketing.

## CONTENIDOS

- Qué es Google Analytics
- Cómo abrir una cuenta en Google Analytics y cómo obtener el código de seguimiento
- Cómo insertar el código de seguimiento de Google Analytics en WordPress y saber si lo has hecho correctamente.
- Qué ver en la página principal de Google Analytics
- Cómo se organiza la información: Cuenta, propiedad y vista
- Cómo crear paneles
- Conceptos básicos
- Cómo crear tu primer reporte
- Qué son los filtros y cómo crearlos
- Cómo visualizar los datos en los informes
- Tipos de Informe
- Cómo analizar datos por audiencia
- Cómo enlazar con Google AdWords
- Cómo compartir los datos de un proyecto: Perfiles usuarios
- Google Analytics G4



# MARKETING DE BUSCADORES: SEM

3 HORAS

## OBJETIVOS

- Comprender los conceptos básicos detrás del marketing digital
- Aprender sobre las mejores prácticas para elegir palabras clave adecuadas y escribir contenido SEO efectivo
- Configurando herramientas útiles para monitorizar la presencia en buscadores
- Desarrollando habilidades prácticas relacionadas con el diseño y publicidad en campañas pagas
- Generando informes significativos basados en datos provenientes de herramientas analíticas avanzadas
- Evaluando los resultados e implementando los cambios necesarios según sea requerido

## CONTENIDOS

- SEM y Google Adwords
- Ventajas y desventajas del SEM
- Cómo funciona el SEM
- Google Adwords
- ¿Cómo funciona AdWords?
- ¿Cómo determina Google qué anuncios mostrar?
- ¿Cuál es el presupuesto mínimo para hacer publicidad online en Google?
- ¿Cuánto cobrará Google Adwords?
- Crea una campaña con Google AdWords
- Campaña en red de búsqueda
- Campaña en red de display
- Campaña en shopping
- Campaña en vídeo
- Campaña de aplicaciones
- Compra de palabras clave y SEM
- Posicionamiento publicitario y pago por click
- Selección de palabras clave
- Los leads



# MARKETING DE BUSCADORES: SEO

4 HORAS

## OBJETIVOS

- Aprender a optimizar tu sitio web para los motores de búsqueda, aumentando así su visibilidad y tráfico orgánico.
- Desarrollar habilidades para identificar las palabras clave y frases relevantes para tu sitio web.
- Aprender técnicas avanzadas para mejorar tu clasificación en los resultados de búsqueda.
- Comprender cómo los motores de búsqueda evalúan y clasifican los sitios web.
- Desarrollar una estrategia de SEO efectiva y aplicar técnicas de SEO en tu sitio web.

## CONTENIDOS

- Qué es marketing de buscadores
- Búsqueda Orgánica o SEO
- Cómo funciona el algoritmo de Google
- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web



# INBOUND MARKETING Y STORYTELLING

4 HORAS

## OBJETIVOS

- Comprender los principios clave del inbound marketing
- Desarrollar habilidades prácticas relacionadas con la creación persuasiva de contenido web
- Elaborando estrategias publicitarias innovadoras para promover su negocio en línea
- Aprendiendo las mejores prácticas para administrar exitosamente campañas publicitarias inbound
- Practicando herramientas útiles para analizar el rendimiento de su proyecto
- Evaluando los resultados y tomando acciones necesarias según sea necesario.

## CONTENIDOS

- Qué es el Inbound Marketing
- Qué es el Marketing de contenidos
- Qué es una infografía - Principales características
- Qué es el video marketing - Ventajas
- Ebook - qué es y para qué sirve
- PodCasting
- Qué es un webinar - Ventajas y desventajas
- Cómo funciona una Landing Page



CURSO EXTRA

# CHATGPT PARA USUARIOS: DE CERO A EXPERTO

20 HORAS

## OBJETIVOS

- Ofrecer una comprensión general sobre qué es ChatGPT, de dónde viene, cómo funciona y cómo se puede utilizar en la vida cotidiana. Esto incluiría principalmente entender su capacidad para generar texto, su propósito y las posibles aplicaciones.

## CONTENIDOS

- Introducción a ChatGPT
- Trabajando con ChatGPT
- Personalizando ChatGPT
- Futuro de ChatGPT y tendencias



# criteria

CON COBERTURA A NIVEL NACIONAL

