

Digital Marketing Certified Expert - DMCE



CORPORATE
MEMBER



Este curso incluye los siguientes recursos



Plataforma e-learning 24/7



Simulador Web



Ejercicios interactivos

Resumen

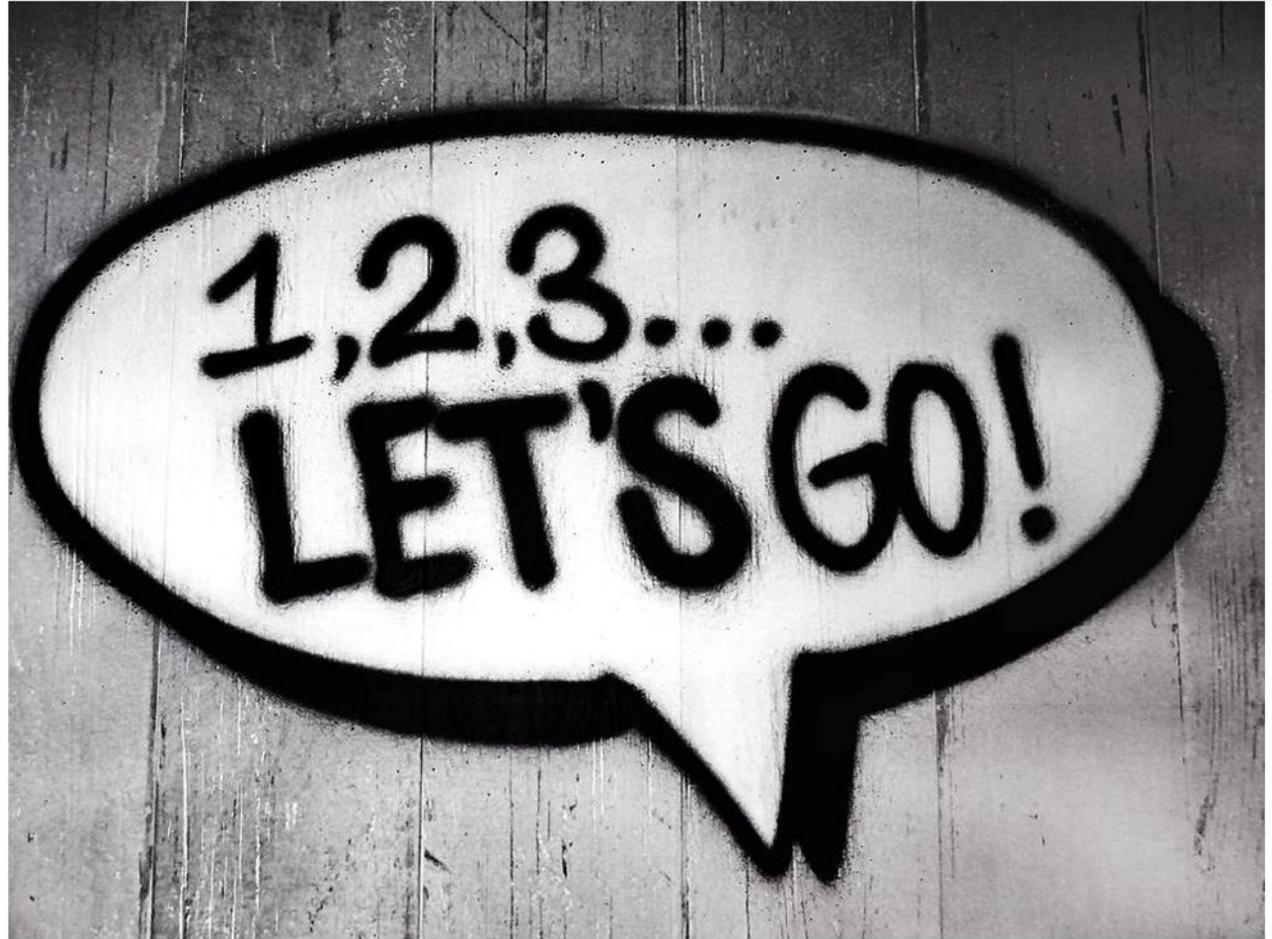
Actualmente **tenemos un registro** que el mundo cuenta con 4.388 millones de usuarios usando internet, es decir, 57% de la **población mundial**.

Esto nos dice que cada vez son más los usuarios que tienen acceso al servicio y por tanto son oportunidades para las empresas/marcas de tener presencia y generar más **clientes potenciales** y por supuesto existen nuevas oportunidades laborales, es por ello que creamos el esquema **Digital Marketing Certified Expert [DMCE]** en el cual brindamos una explicación detallada sobre los temas más relevantes de Marketing Digital, así como los **diferenciadores del Marketing** Tradicional, se tocan puntos muy importantes que todo experto debe conocer, como Remarketing, SEO, CPC, CPM, asimismo, brindamos herramientas indispensables para el manejo de las **plataformas digitales** con mayor afluencia de usuarios. Ganarás una visión más extensa de las oportunidades en el mercado digital. La certificación amplía y afirma tus conocimientos **en marketing Digital**.



Objetivos

- Aprender las principales **diferencias** entre Marketing Tradicional y Marketing Digital.
- Tomar **decisiones** oportunas de acuerdo de la empresa o marca que busca posicionarse.
- Generar contenido de valor **para mantener cautiva** a la comunidad.
- Implementar **nuevas tecnologías** en los medios digitales con más presencia para tu marca.
- Conocer a detalle las **diferentes estrategias** de posicionamiento para su implementación o para su elección.



Detalles del examen



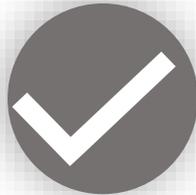
Nombre del examen: Digital Marketing Certified Expert - DMCE



Número de preguntas: 40



Formato del examen: Preguntas de Selección múltiple



Porcentaje de aprobación: 65%



Duración del examen: una vez que comienza el examen, los candidatos tienen 1 hora (60 minutos) para completar el examen



Idiomas disponibles: Español

Contenido

Módulo 1) Marketing

- 1.1) Marketing
 - 1.1.1) Las 4 p's
 - 1.2) Web 1.0
 - 1.3) Web 2.0
- 1.4) Marketing digital

Módulo 2) Diferencias entre Marketing Tradicional y Marketing Digital

- 2.1) Marketing tradicional.
 - 2.1.1) Ventajas
 - 2.1.2) Desventajas
- 2.2) Marketing Digital.
 - 2.2.1) Ventajas.
 - 2.2.2) Desventajas
 - 2.3) Web 3.0.
 - 2.3.1) Búsquedas inteligentes
 - 2.3.2) La evolución de las redes sociales
 - 2.3.3) Más rapidez
 - 2.3.4) Conectividad a través de más dispositivos
 - 2.3.5) Contenido libre
 - 2.3.6) Espacios tridimensionales
 - 2.3.7) Web Geoespacial
 - 2.3.8) Facilidad en la navegación
 - 2.3.9) Computación en la nube
 - 2.3.10) Vinculación de datos
 - 2.3.11) Big Data
 - 2.3.12) Inteligencia Artificial

Módulo 3) Ramas del Marketing digital

- 3.1) Posicionamiento Web (SEO).
- 3.2) Marketing de Contenidos.

Módulo 4) Funnel (Embudo de Conversión)

- 4.1 Etapas de comportamiento de un cliente.
- 4.2 Embudo de ventas.
 - 4.2.1 Ejemplo de embudo de ventas.
- 4.3 Conversión Digital.
 - 4.3.1 Tipos de Conversiones.
- 4.4 Landing Page.
 - 4.4.1 Lead Magnet
 - 4.4.2 Landing venta directa
 - 4.4.3 Ejemplos de Landing Page.
 - 4.4.4 Lectura recomendada

Módulo 5) Motores de búsqueda

- 5.1 Motores de búsqueda
 - 5.1.1 Google
 - 5.1.2 Bing
 - 5.1.3 Yahoo
 - 5.1.4 Baidu
 - 5.1.5 Ask
 - 5.1.6 AOL
 - 5.1.7 DuckDuckGo
 - 5.1.8 Wolframapha
 - 5.1.9 Yandex
 - 5.1.10 Webcrawler

Contenido

Módulo 6) Posicionamiento orgánico (SEO)

- 6.1 ¿Qué es el SEO?
- 6.2 ¿Cómo funciona un motor de búsqueda?
- 6.3 Estrategias para incrementar tu posicionamiento.
- 6.4 Palabras Clave.
- 6.5 Optimización de las palabras clave.
- 6.6 Optimización del sitio web.
- 6.7 Ranqueo de tu sitio.
- 6.8 Herramientas de Monitoreo de google y externas.
- 6.9 Penalizaciones.

Módulo 7) Posicionamiento pagado (SEM)

- 7.1 Google Ads
- 7.2 Tipo de Campañas en Google Ads
- 7.3 Cómo funciona Google Ads
- 7.4 Políticas de Google Ads
- 7.5 Término de búsqueda
- 7.5.1 Ejemplo de termino de busqueda
- 7.6 Palabras claves (keywords)
- 7.6.1 Cómo funciona una palabra clave
- 7.7 Herramientas para obtención de palabras clave
- 7.8 Quality Score
- 7.9 CTR
- 7.10 Ad relevance
- 7.11 Landing Page experience

Módulo 8) Facebook Ads

- 8.1 ¿Cómo funciona Facebook Ads?
- 8.2 Intereses y comportamiento en Facebook.
- 8.3 ¿Es para mi Facebook?
- 8.4 Giros de negocio que funcionan en Facebook.
- 8.5 Identificar si tu negocio funciona en Facebook.
- 8.6 Costos de Facebook.
- 8.7 Comparativa de costos con otras plataformas.
- 8.8 Herramientas de Facebook
- 8.9 Arquitectura de Facebook
 - 8.9.1 Cuenta personal.
 - 8.9.2 Fanpage.
 - 8.9.3 Cuenta publicitaria.
 - 8.9.4 Roles de los usuarios en Facebook.
 - 8.9.5 Caso de estudio

Contenido

Módulo 9) Instagram

- 9.1 Instagram Ads
- 9.2 Cambiar perfil personal a perfil empresa
- 9.3 Herramientas para automatización de publicaciones
 - 9.3.1 GoPosts

Módulo 10) ManyChat

- 10.1 ¿Qué es un bot?
- 10.2 Diferentes propósitos de los bots.
- 10.3 Un bot de venta.
- 10.4 Configuración básica de ManyChat.
- 10.5 Bot de Venta.
- 10.6 Implementación de pagos.
- 10.7 Programación de seguimiento.

Módulo 11) Remarketing

- 11.1 ¿Qué es el remarketing?
- 11.2 Cómo funciona el remarketing
- 11.3 Ventajas de Remarketing
 - 11.3.1 Ventajas de Remarketing en Google
 - 11.3.2 Ventajas de Remarketing en Facebook
- 11.4 Procedimiento generación de campaña de remarketing
 - 11.4.1 Obtener código de remarketing
 - 11.4.2 Estructura fundamental de HTML5
 - 11.4.3 probar nuestro código de remarketing
 - 11.4.4 Instalar un código de remarketing
 - 11.4.5 ¿Qué es un público personalizado?



ビール券
商品券
切手・印紙
航空券

MONEY
EXCHANGE

金券

アコム

回転寿司
元祖寿司

ヘルス
平成女学園

Kirin-Ci



iGracias!

EVER GRACIA
Let's have
Homestyle Japanese Food & Sa

B1