

CURSO:

EL ABC DEL MARKETING DIGITAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

INFORMACIÓN IMPORTANTE

Fechas: 03, 05 y 10 de marzo de 2026

Sesiones: martes y jueves

Horarios: De 19:00 a 22:00 hrs.

Modalidad: híbrida

Inversión: 800.-

OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN

Objetivo general

Que el participante comprenda los fundamentos del marketing, la evolución hacia el marketing digital y el proceso estratégico necesario para planificar, ejecutar y optimizar campañas digitales efectivas para cualquier organización.

Objetivos específicos

- Entender los principios esenciales del marketing y su rol en la creación de valor.
- Identificar los componentes clave del ecosistema digital y sus principales herramientas.
- Analizar audiencias, competidores y oportunidades en entornos digitales.
- Diseñar estrategias de marketing digital alineadas a objetivos medibles.
- Conocer buenas prácticas para contenido, pauta digital y analítica.
- Construir un plan básico de marketing digital aplicable a proyectos reales.

PÚBLICO OBJETIVO

Profesionales de marketing, emprendedores, dueños de negocio, estudiantes de comunicación y cualquier persona que desee comprender y aplicar el marketing digital desde cero, sin requerir conocimientos previos.

HABILIDADES QUE DESARROLLARÁ EL PARTICIPANTE

- Conceptualización del marketing como disciplina estratégica
- Identificación de segmentos, audiencias y propuestas de valor
- Uso funcional de plataformas digitales (Meta, Google, TikTok, email, web)
- Diseño de estrategias digitales y customer journeys
- Redacción de contenidos orientados a objetivos
- Lectura e interpretación de métricas digitales
- Construcción de un plan de marketing digital básico
- Pensamiento analítico y creativo para entornos digitales

CURSO:

EL ABC DEL MARKETING DIGITAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

DURACIÓN

9 horas reloj

METODOLOGÍA DEL CURSO

Taller teórico-práctico con enfoque participativo. Cada sesión combina conceptos, casos reales, ejercicios prácticos y análisis entre participantes.

Medios utilizados: Presentación en PowerPoint. Actividades guiadas. Casos reales de marcas. Plantillas descargables para planificación. Análisis de ejemplos de campañas y métricas. Dinámicas grupales (ideación & diagnóstico).

CERTIFICACIÓN

En respuesta a la era de la Transformación Digital, integramos las credenciales digitales con tecnología Blockchain en el reconocimiento de logros adquiridos por los participantes de nuestras capacitaciones de Educación Continua, destacándonos como pioneros en Bolivia.

Este curso ofrece un certificado digital de asistencia con tecnología Blockchain que reconoce las habilidades y conocimientos adquiridos; para obtenerlo, es necesario completar el curso cumpliendo con el requisito de una asistencia mínima del 80%.

Este tiene las siguientes características:

Metadatos Integrados: Cada credencial digital contiene datos que describen la información clave sobre la certificación, incluyendo los criterios de otorgamiento.

Tecnología Blockchain: Esta tecnología proporciona un registro inmutable y seguro de cada credencial emitida, lo que impide su falsificación o alteración.

Verificación en tiempo real: Pueden ser verificadas en tiempo real a través de un enlace web o un código QR.

Sociabilización: El titular puede compartir sus credenciales directamente en plataformas profesionales como LinkedIn, en redes sociales, o incluirlas en sus firmas de correo electrónico.

CONTENIDO

Bloque 1 – Introducción al Marketing Fundamentos esenciales

- ¿Qué es realmente el marketing?

CURSO:

EL ABC DEL MARKETING DIGITAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Marketing vs. Branding (y cómo se complementan)
- Las 4P del marketing
- Segmentación, targeting y posicionamiento
- Propuesta de valor: cómo se construye y por qué importa
- El consumidor y su proceso de decisión
- Ejemplos de marketing tradicional bien ejecutado

Del marketing tradicional al digital

- Cambios en el comportamiento del consumidor
- La digitalización: oportunidades y retos
- Cómo medir resultados en marketing (KPIs esenciales)

Ejercicio práctico: Diagnóstico rápido de marketing de una marca local.

Bloque 2 – Marketing Digital: Canales, Herramientas y Contenidos

Ecosistema digital actual

- La web como centro del ecosistema digital
- SEO: base de toda estrategia digital
- Redes sociales: roles, audiencias y fortalezas de cada plataforma
- Publicidad digital: Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads
- Inbound marketing y funnels digitales

Contenido que funciona

- Tipos de contenido según objetivo (alcance, engagement, conversión)
- Buenas prácticas por red social
- Contenido orgánico vs. con pauta
- Storytelling y formatos actuales

Ejercicio práctico: Construcción del customer journey de una marca.

Bloque 3 – Estrategia de Marketing Digital

Construcción de la estrategia

- Objetivos digitales (SMART)
- Análisis de audiencia y competencia
- Selección de canales adecuados
- Diseño de estrategia omnicanal
- Pilares de contenido y mensajes clave

CURSO:

EL ABC DEL MARKETING DIGITAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Presupuesto digital y distribución recomendada
- Métricas para evaluar performance (CPC, CTR, CPL, ROAS, etc.)
- Iteración y optimización

Plan de Marketing Digital (estructura base)

- Diagnóstico
- Objetivos
- Estrategia
- Tácticas
- Presupuesto
- KPIs y control

Ejercicio práctico final: Cada participante diseña un mini plan de marketing digital para su proyecto o empresa.

INSTRUCTOR

Edmundo Rodríguez

Es estratega senior de marketing con más de 15 años de experiencia en campañas digitales, creatividad y contenido en América Latina y Estados Unidos. Es Partner y Director de SWIITCH, agencia especializada en estrategia, branding y marketing digital. Ha asesorado a marcas multinacionales, medios, emprendimientos y proyectos educativos, con un enfoque centrado en resultados, creatividad e innovación. Ha impartido talleres para universidades, cámaras de comercio y empresas líderes en distintos sectores.