|  |  |
| --- | --- |
| **MÓDULO** | **CONTENIDOS** |
| 1. Fundamentos del Marketing Digital | Fundamentos del entorno digital, la evolución de los medios y plataformas y las nuevas audiencias digitales. Ética digital y cuestiones legales del marketing digital.  |
| 2.Inbound Marketing | Aspectos básicos de la metodología inbound. Buyer personas. Embudo de venta y Mapa de Experiencia del cliente. Estrategias digitales para cada etapa. Design Thinking. Metodologías Ágiles: scrum y kamban. |
| 3. Plan de Marketing Digital | Elaboración de un Plan de Marketing Digital: análisis de la marca, definición de públicos y objetivos digitales, planificación de estrategias y métodos de análisis. |
| 4. Marketing digital en Redes Sociales | Plataformas actuales. Estrategias digitales para cada plataforma. Analíticas y kpi’s. SEM. Publicidad en Redes Sociales.Instagram, Facebook y Tik Tok |
| 5 Campañas de email | Plataformas de email marketing. Estrategias digitales para email marketing. Analíticas y kpi’s. |
| 6 Marketing digital en Sitios Webs | Gestores de contenidos. Páginas de aterrizaje. Estrategias digitales para sitios webs. Analíticas y kpi’s. SEO. Publicidad en Google Ads. |
| 7. Comercio electrónico | Plataformas de ecommerce. Estrategias digitales para ecommerce. Analíticas y kpi’s. |
| 8. Creatividad digital | Marketing de contenidos. Narrativas transmedia. Introducción a la producción de contenidos: diseño gráfico, fotografía, redacción y podcast. Prosumidores: estrategias para potenciarlos. Curación de contenidos |
| 9. Era post-digital | Introducción a las nuevas tecnologías digitales que existen en el mercado. Tecnologías SMAC (Redes Sociales, movilidad, analítica y recursos en la nube) vs. tecnologías DARQ (tecnologías de registro distribuido, inteligencia artificial, realidad extendida y computación cuántica). Estrategias para implementarlas. Demografía digital. Trabajadores digitales. Ecosistemas seguros. Mercados individuales. |
| TFI | Trabajo práctico integrador  |