

CONOCIMIENTOS

C1- Conocer y reconocer los conceptos de Planificación Estratégica, Dirección General y Dirección de Áreas Funcionales en el contexto de los negocios digitales.

C2-Conocer y describir el uso avanzado de tecnologías digitales emergentes en estrategias y acciones relacionadas con el Marketing Digital.

C3-Identificar métodos avanzados de análisis de datos para la interpretación de métricas y segmentación de audiencias que aseguren una base sólida en la toma de decisiones en acciones de marketing digital

C4-Reconocer y clasificar conocimientos que permitan desarrollar ideas innovadoras y originales en proyectos de Marketing Digital.C5-Conocer la dinámica de las relaciones con consumidores en entornos digitales.

C6-Conocer y analizar la cadena de valor de la industria del marketing móvil para desarrollar planes de marketing en entornos de movilidad.

C7- Examinar las estrategias y acciones de comunicación digital, así como los contenidos en redes sociales, blogs, comunidades de vídeo y otros medios sociales.

COMPETENCIAS

CO1-Capacidad para argumentar conclusiones y resultados de manera clara y efectiva a audiencias especializadas y no especializadas.

CO2-Generar decisiones estratégicas basadas en análisis de datos cuantitativos y otros indicadores de rendimiento en entornos disruptivos.

CO3-Planificar equipos multidisciplinares para el desarrollo de proyectos de marketing digital.

CO4-Capacidad para elaborar, presentar y defender proyectos que integren los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas a lo largo del programa formativo con la finalidad de aplicar estrategias de marketing digital.

CO5-Capacidad para desarrollar prácticas éticas y sostenibles en campañas de marketing digital, evaluando su impacto mediante métricas específicas de responsabilidad social corporativa.

CO6-Capacidad para desarrollar estrategias de marketing en redes sociales que potencien la interacción con la audiencia y la fidelización del cliente.

CO7-Capacidad para evaluar datos complejos sobre el comportamiento del cliente que permita identificar patrones, prever tendencias y tomar decisiones estratégicas basadas en la analítica avanzada.

CO8 Diseñar campañas de publicidad digital utilizando estrategias de SEO y SEM para maximizar el alcance y retorno de la inversión.

HABILIDADES

H1-Valorar proyectos digitales en múltiples plataformas, incluyendo aquellas relacionadas con negocios online en dispositivos móviles.

H2- Desarrollar informes comprensibles que traduzcan conceptos técnicos de marketing digital en términos accesibles para públicos no especializados.

H3- Determinar objetivos, tácticas y métricas de evaluación del rendimiento para estrategias de marketing digital.

H4-Organizar cronogramas y la asignación de recursos para la ejecución de actividades en los departamentos de marketing y ventas.

H5-Aplicar criterios específicos para elegir las plataformas más efectivas según la audiencia objetivo.

H6-Simular campañas en redes sociales para evaluar su impacto antes de implementarlas.

H7- Aplicar técnicas de segmentación avanzada para mejorar la efectividad de las campañas..

H8- Crear promociones adaptadas a las características de cada canal digital

H9- Planificar campañas que combinan técnicas de retargeting, programática y personalización.

H10-Experimentar con tecnologías móviles innovadoras para mejorar la experiencia del usuario