

ISSOF

ACADEMY

MARKETING DIGITAL

Especialidad



ENTORNO VIRTUAL
100% PRÁCTICO



CLASES EN VIVO
INCLUYE MATERIAL



<https://issof.edu.pe>



SEPT
08



5 MODULOS

MARKETING DIGITAL



Acerca del Programa



Especialización

Certificación en Marketing Digital



Modalidad Online: Clases en tiempo real

La Especialidad de Marketing Digital ofrece una formación 100% práctica, orientada a desarrollar habilidades reales y aplicables en el entorno digital. Este programa incluye cursos clave como SEO Pro, Digital Analytics 360, Social Media & Community Management, E-commerce y Publicidad en Medios Digitales, cada uno diseñado para que el participante domine herramientas, plataformas y técnicas de uso inmediato.

Esta especialidad está dirigida a emprendedores, estudiantes y profesionales que buscan adquirir competencias digitales de forma activa, mediante ejercicios, proyectos y simulaciones en tiempo real, logrando un aprendizaje efectivo y directo desde la práctica.

Contenido del Programa

MÓDULO 1



MÓDULO 1 — SEO Pro: Domina el Posicionamiento en Buscadores

SESIÓN 1: Fundamentos y auditoría SEO on-page / ¿Qué es el SEO? Diferencias entre SEO on-page y off-page / Elección de palabras clave con herramientas (Google Keyword Planner, Ubersuggest) / Análisis de estructura web: URL, headings, metadatos / Práctica: Auditoría SEO de una página web real

SESIÓN 2: Optimización de contenido y experiencia de usuario (UX) / Redacción de contenido optimizado para SEO / Uso adecuado de etiquetas HTML y multimedia / Velocidad de carga, mobile first y experiencia del usuario / Práctica: Optimizar una página con base en resultados de auditoría

SESIÓN 3: SEO técnico y herramientas de seguimiento / Sitemap XML y archivo robots.txt / Implementación de Google Search Console y Google Analytics / Indexación y rastreo de páginas / Práctica: Configuración e interpretación de datos en Search Console

SESIÓN 4: Linkbuilding y estrategia SEO integral / Estrategias de linkbuilding: enlaces internos y externos / Análisis de backlinks con Ahrefs, SEMrush o similares / Diseño de un plan SEO mensual y monitoreo de resultados / Práctica: Elaborar y presentar una estrategia SEO para un proyecto web

MÓDULO 2



MÓDULO 2 — Social Media & Community Management

SESIÓN 1: Construcción de perfiles profesionales y estrategia de redes sociales / Introducción a la gestión de redes sociales desde una perspectiva de marca / Optimizar perfiles de empresa en Facebook, Instagram y Tiktok / Segmentación de audiencia y definición de objetivos SMART / Práctica: Creación y configuración de perfiles con enfoque profesional / Software utilizado: Meta Business Suite / TikTok For Business.

SESIÓN 2: Planificación y diseño de contenido visual para redes sociales / Tipos de contenido: valor, promoción, educación, comunidad / Redacción efectiva para redes sociales: tono, llamados a la acción, hashtags / Creación de piezas visuales atractivas para distintas plataformas / Práctica: Diseño de piezas gráficas y armado de calendario editorial.

SESIÓN 3: Programación de contenidos y gestión de comunidad / Uso de herramientas para programación de publicaciones / Automatización y seguimiento de mensajes / Buenas prácticas en la interacción con la comunidad: respuestas, crisis, comentarios / Práctica: Programar publicaciones y responder interacciones desde una plataforma centralizada / Software utilizado: Metricool

SESIÓN 4: Medición de resultados y optimización de la estrategia / Análisis de métricas por plataforma (alcance, engagement, crecimiento) / Creación de reportes visuales para toma de decisiones / Ajuste de contenidos y calendario con base en datos / Práctica: Elaboración de informe de rendimiento mensual con recomendaciones / Software utilizado: Sprout Social.

Contenido del Programa

MÓDULO 3



MÓDULO 3 — Publicidad en medios Digitales

SESIÓN 1: Fundamentos y configuración de campañas en Google Ads /

Introducción a la publicidad digital y ecosistema de Google Ads / Tipos de campaña: Búsqueda, Display, Video, Shopping / Creación de una cuenta publicitaria, definición de objetivos y segmentación / Práctica: Diseño y configuración de una campaña de búsqueda con palabras clave / Software utilizado: Google Ads

SESIÓN 2: Creación de anuncios y segmentación en Meta Ads (Facebook e Instagram) / Elementos de un anuncio efectivo: visuales, texto, llamado a la acción / Segmentación por intereses, comportamiento y audiencias personalizadas / Uso de Meta Business Suite y Administrador de Anuncios / Práctica: Creación de anuncios visuales y configuración de una campaña en Facebook o Instagram / Software utilizado: Meta Ads Manager

SESIÓN 3: Remarketing y audiencias personalizadas / Principios del remarketing y embudos de conversión / Integración de píxeles y eventos personalizados / Creación de listas de audiencias en Google y Meta / Práctica: Instalación de píxel en un sitio web demo y configuración de una campaña de remarketing / Software utilizado: Meta Pixel + Google Tag Manager

SESIÓN 4: Análisis de resultados y optimización de campañas / Principales métricas en publicidad digital: CTR, CPC, CPA, ROAS / Lectura de reportes e interpretación de resultados / Ajustes de campañas según el rendimiento / Práctica: Análisis de datos reales y optimización de anuncios / Software utilizado: Google Ads Reports + Meta Ads Insights

MÓDULO 4



MÓDULO 4 — E-commerce

SESIÓN 1: Configuración de tienda online y fundamentos de publicidad digital para e-commerce / Introducción al ecosistema e-commerce: plataformas, pasarelas de pago y conversión / Integración de catálogo de productos con plataformas publicitarias / Práctica: Creación y configuración de una tienda virtual / Software utilizado: Shopify (versión prueba) o Tiendanube

SESIÓN 2: Publicidad de productos en redes sociales (Meta Ads) / Campañas orientadas a ventas: catálogo, colección, carrusel, remarketing / Uso de Pixel de Meta en tiendas online / Creación de audiencias personalizadas e implementación de campañas por objetivos / Práctica: Diseño de una campaña de ventas en Facebook/Instagram con catálogo integrado / Software utilizado: Meta Ads Manager + Meta Business Suite

SESIÓN 3: Google Shopping y campañas en Google Ads para e-commerce / Configuración de Google Merchant Center / Creación de campañas inteligentes para productos en Google / Integración con la tienda online y seguimiento de conversiones / Práctica: Subida de productos al Merchant Center y configuración de campaña Shopping / Software utilizado: Google Merchant Center + Google Ads

SESIÓN 4: Análisis de rendimiento y optimización de campañas para ventas online / Métricas clave: ROAS, CPA, tasa de conversión, ticket promedio / Lectura e interpretación de reportes desde las plataformas / Ajustes en la estrategia según comportamiento del usuario y resultados / Práctica: Análisis de un informe real y optimización de campañas según indicadores / Software utilizado: Google Analytics 4 + Reports de Meta Ads + Shopify Analytics

MÓDULO 5 Digital Analytics 360

SESIÓN 1: Fundamentos de analítica digital y configuración inicial / ¿Qué es la analítica digital y por qué es clave para la toma de decisiones? / Métricas básicas: usuarios, sesiones, rebote, duración media, eventos / Configuración inicial de una propiedad en Google Analytics 4 (GA4) / Práctica: Creación de una cuenta demo y navegación por las secciones principales / Software utilizado: Google Analytics 4 (GA4)

SESIÓN 2: Medición de comportamiento del usuario y eventos clave / Análisis de flujo de usuarios y páginas de entrada/salida / Configuración de eventos personalizados y conversiones / Creación de públicos para remarketing desde la analítica / Práctica: Implementación de eventos básicos en sitio web de prueba / Software utilizado: Google Tag Manager + Google Analytics 4

SESIÓN 3: Creación de dashboards personalizados para monitoreo / Diseño de paneles visuales para stakeholders y equipos / Integración con otras plataformas (Search Console, Meta Ads) / Práctica: Construcción de un dashboard de rendimiento mensual / Software utilizado: Google Looker Studio

SESIÓN 4: Análisis de resultados y optimización basada en datos / Identificación de problemas de conversión y oportunidades de mejora / Análisis de embudos de conversión y atribución multicanal / Práctica: Elaboración de un informe final con insights y recomendaciones / Software utilizado: Google Analytics 4 + Looker Studio + Hotjar (mapas de calor)



Inicio

08 de septiembre 2025

Duración y Horario

03 meses / 48 Horas

Modalidad

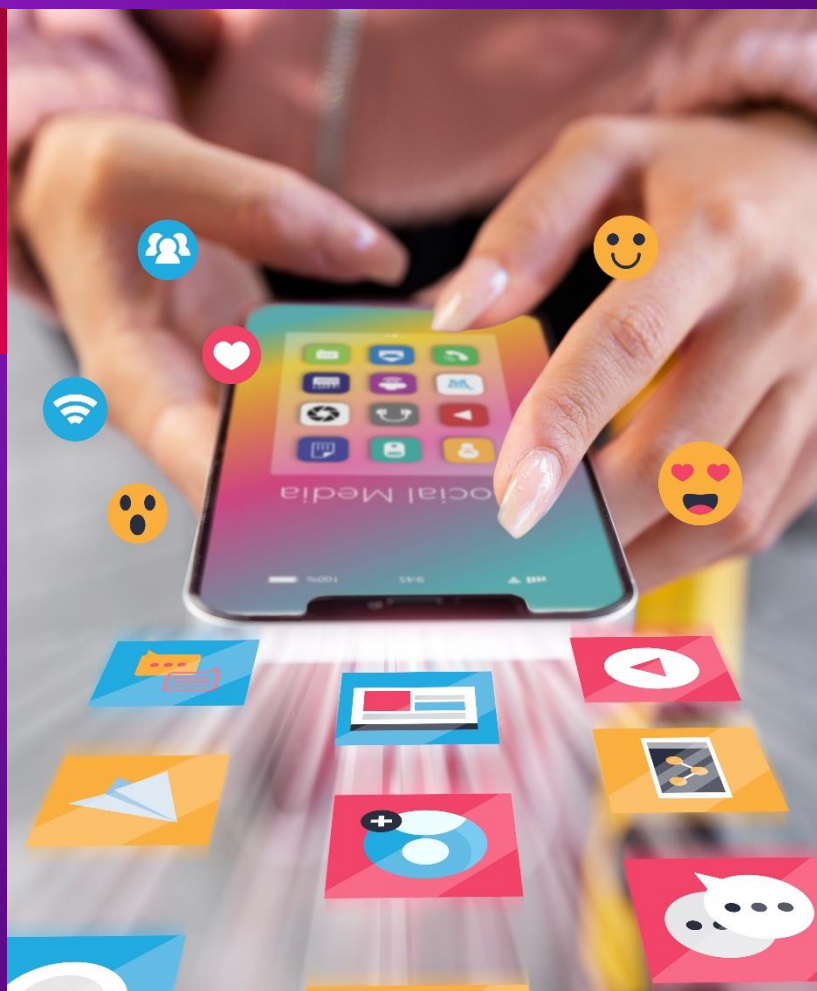
Virtual (Clases en Tiempo Real) 

Inversión

S/ 250.00 x Módulo

* Incluye certificado

* Incluye 20 Plantillas para tu tienda virtual – con Licencia



issof
ACADEMY



computronic
VIRTUAL

Respaldo

taMark



addon



computronic
VIRTUAL

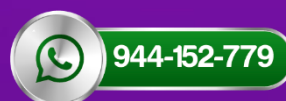
BCP:
1937-935599-7070

YAPE

970-110-476



Móvil:



Email:

info@issof.edu.pe

