



**SERCA**  
INSTITUTO  
DE ALTOS ESTUDIOS  
ESPECIALIZADOS

# CURSO ONLINE EN DISEÑO Y DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL



FORMACIÓN PERMANENTE

---

[WWW.INSTITUTOSERCA.COM](http://WWW.INSTITUTOSERCA.COM)



## Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



# Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





## Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

# Presentación del Programa

Adquiere las herramientas necesarias para diseñar, implementar y optimizar estrategias de marketing digital efectivas con nuestro Curso de Diseño y Desarrollo del Plan de Marketing Digital. En Instituto Serca te proporcionamos una formación completa y actualizada que te permitirá dominar todas las fases de un plan de marketing digital, desde el análisis del entorno hasta la medición de resultados.

A lo largo del programa abordarás el estudio del ecosistema digital, la investigación de mercados online, la definición de objetivos estratégicos y KPI, así como el diseño de estrategias de contenidos, posicionamiento SEO y SEM, redes sociales, email marketing y automatización. También profundizarás en analítica digital, marco legal y la elaboración integral del plan.

Esta formación online te capacitará para tomar decisiones basadas en datos, liderar proyectos de marketing digital y mejorar significativamente tu perfil profesional en un sector en constante evolución y alta demanda de especialistas cualificados.



**Duración:** 150 horas



**Créditos:** 6 Créditos ECTS



**Metodología:** Online



**Matriculación:** Permanente

# Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del marketing digital, identificando su evolución y tendencias emergentes.
- ✓ Diseñar la estructura del plan de marketing digital, integrando sus fases y componentes esenciales.
- ✓ Analizar el entorno digital y la organización, elaborando diagnósticos estratégicos mediante herramientas específicas.
- ✓ Definir el público objetivo del plan, construyendo buyer personas y mapas del customer journey.
- ✓ Formular objetivos, estrategias y propuestas de valor, aplicando metodologías de planificación estratégica digital.
- ✓ Dominar los principales canales digitales, desarrollando estrategias de contenidos, buscadores, redes sociales y email.
- ✓ Aplicar la analítica digital al plan, utilizando herramientas de medición para la toma de decisiones.
- ✓ Elaborar integralmente el plan de marketing digital, incorporando criterios legales, éticos y de mejora continua.



## 1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL Y SU EVOLUCIÓN EN EL ENTORNO EMPRESARIAL CONTEMPORÁNEO

- 1.1. Concepto, naturaleza y alcance del marketing digital en la era de la transformación digital
- 1.2. Evolución histórica del marketing: de los medios tradicionales al ecosistema digital
- 1.3. Diferencias estructurales entre el marketing tradicional y el marketing digital
- 1.4. Principales canales, plataformas y herramientas del ecosistema digital
- 1.5. El modelo de negocio digital y su relación con la estrategia de marketing
- 1.6. Tendencias emergentes y prospectiva del marketing digital

## 2: EL PLAN DE MARKETING DIGITAL: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y ROL ESTRATÉGICO DENTRO DE LA PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL

- 2.1. Definición, propósito y utilidad del plan de marketing digital para la organización
- 2.2. Diferencia entre plan de marketing general y plan de marketing digital
- 2.3. Estructura general del plan de marketing digital: fases y componentes esenciales
- 2.4. Integración del plan de marketing digital en el plan estratégico corporativo
- 2.5. Factores críticos de éxito en el diseño y la implementación de un plan de marketing digital
- 2.6. Errores frecuentes en la elaboración de planes de marketing digital y cómo evitarlos
- 2.7. El rol del profesional de marketing digital en la gestión del plan



## 3: ANÁLISIS DEL ENTORNO DIGITAL Y DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN

- 3.1. Marco conceptual del análisis situacional aplicado al entorno digital
- 3.2. Análisis del macroentorno digital: factores tecnológicos, sociales, legales y económicos
- 3.3. Análisis del microentorno: sector, competencia y mercado digital
- 3.4. Auditoría digital interna de la organización
- 3.5. Elaboración del diagnóstico mediante la matriz DAFO digital
- 3.6. Fuentes de información y herramientas para la investigación del entorno digital

## 4: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DIGITALES Y DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

- 4.1. Importancia de la investigación de mercados como base del plan de marketing digital
- 4.2. Métodos y técnicas de investigación aplicados al entorno digital
- 4.3. Segmentación de audiencias en el ecosistema digital
- 4.4. Construcción del buyer persona como representación del cliente ideal
- 4.5. El customer journey o mapa del viaje del cliente digital
- 4.6. Aplicación de los insights de la investigación a la formulación estratégica del plan



## 5: DEFINICIÓN DE OBJETIVOS, ESTRATEGIA Y PROPUESTA DE VALOR DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

- 5.1. Establecimiento de objetivos del plan de marketing digital alineados con los objetivos de negocio
- 5.2. Definición de los indicadores clave de rendimiento (KPI) asociados a cada objetivo
- 5.3. Formulación de la estrategia de marketing digital
- 5.4. Diseño de la propuesta de valor digital
- 5.5. Definición del presupuesto general del plan y criterios de asignación de recursos
- 5.6. Elaboración del cronograma estratégico y fases de implementación

## 6: ESTRATEGIA DE CONTENIDOS Y MARKETING DE CONTENIDOS COMO EJE DEL PLAN DIGITAL

- 6.1. Fundamentos del marketing de contenidos y su papel central en la estrategia digital
- 6.2. Diseño de la estrategia de contenidos alineada con los objetivos del plan
- 6.3. Tipología de formatos y contenidos digitales según canal y objetivo
- 6.4. Planificación editorial: diseño y gestión del calendario de contenidos
- 6.5. Técnicas de copywriting y redacción persuasiva para el entorno digital
- 6.6. Distribución, amplificación y reutilización estratégica de contenidos
- 6.7. Medición del rendimiento de la estrategia de contenidos



## 7: ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES: SEO Y SEM DENTRO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

- 7.1. Importancia estratégica del posicionamiento en buscadores en el plan de marketing digital
- 7.2. Fundamentos y metodología de la estrategia SEO (Search Engine Optimization)
- 7.3. Estrategia SEM y gestión de campañas de publicidad en buscadores
- 7.4. Integración sinérgica de las estrategias SEO y SEM en el plan global
- 7.5. Herramientas de monitorización y análisis del posicionamiento en buscadores

## 8: ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES Y SOCIAL MEDIA MARKETING

- 8.1. Rol estratégico de las redes sociales dentro del plan de marketing digital
- 8.2. Selección de plataformas sociales en función del público objetivo y los objetivos del plan
- 8.3. Diseño del plan de social media: objetivos, tono, frecuencia y línea editorial
- 8.4. Estrategias de crecimiento orgánico y dinamización de comunidades
- 8.5. Publicidad en redes sociales: social ads
- 8.6. Marketing de influencers como complemento de la estrategia social
- 8.7. Analítica en redes sociales: métricas clave e informes de seguimiento



## 9: EMAIL MARKETING, AUTOMATIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DIGITAL

- 9.1. El email marketing como canal estratégico en el plan de marketing digital
- 9.2. Construcción, gestión y segmentación de bases de datos de contactos
- 9.3. Diseño y ejecución de campañas de email marketing efectivas
- 9.4. Automatización del marketing: concepto, herramientas y flujos de trabajo
- 9.5. Estrategias de fidelización digital y programas de retención de clientes
- 9.6. Métricas clave del email marketing: tasas de apertura, clics, conversión y entregabilidad

## 10: ANALÍTICA DIGITAL, MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO Y TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS

- 10.1. La analítica digital como pilar fundamental del plan de marketing digital
- 10.2. Principios y metodología de la medición del rendimiento digital
- 10.3. Google Analytics y herramientas de analítica web
- 10.4. Herramientas complementarias de analítica y visualización de datos
- 10.5. Interpretación de datos y generación de insights accionables
- 10.6. Test A/B y experimentación como metodología de optimización continua
- 10.7. Elaboración de informes de rendimiento para la toma de decisiones y la comunicación a stakeholders



## 11: MARCO LEGAL, ÉTICO Y DE RESPONSABILIDAD DIGITAL APLICADO AL MARKETING ONLINE

- 11.1. Normativa legal aplicable al marketing digital en el marco europeo y español
- 11.2. Propiedad intelectual y derechos de autor en la creación y uso de contenidos digitales
- 11.3. Publicidad digital responsable: regulación y buenas prácticas
- 11.4. Ética digital y responsabilidad social en las estrategias de marketing
- 11.5. Gestión de la reputación online y protocolos de actuación ante crisis digitales

## 12: ELABORACIÓN INTEGRAL, PRESENTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

- 12.1. Síntesis y articulación de todas las fases del plan de marketing digital
- 12.2. Estructura del documento final del plan de marketing digital
- 12.3. Defensa y presentación del plan ante la dirección y los stakeholders
- 12.4. Implementación operativa del plan de marketing digital
- 12.5. Sistemas de control, seguimiento y optimización continua del plan
- 12.6. Aprendizaje organizacional y mejora continua: del primer plan a la cultura de marketing data-driven



# Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



# Proceso de **Matriculación**



## Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

**Matricúlate**

**Más información**





## Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.

# ¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



## Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



## Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



## Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

# ¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



## A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



## Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



## Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



**SERCA**

INSTITUTO  
DE ALTOS ESTUDIOS  
ESPECIALIZADOS



## ¿Necesita más **información**?

 [www.institutoserca.com](http://www.institutoserca.com)

 [info@institutoserca.com](mailto:info@institutoserca.com)

 +34 958 372 363 / 660 880 416

