



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN ESTRATEGIA DE MARKETING 360° : PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN Y MEDICIÓN



FORMACIÓN PERMANENTE

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

Especialízate con el **Curso de Estrategia de Marketing 360°: Planificación, Ejecución y Medición** de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que buscan dominar la comunicación integrada de marca en un entorno cada vez más omnicanal y competitivo.

A lo largo del programa, abordarás desde los fundamentos del marketing 360° y la investigación de mercados hasta la planificación estratégica integral, el posicionamiento de marca y las principales disciplinas digitales: SEO, SEM, redes sociales, email marketing y publicidad programática. También profundizarás en marketing de contenidos, inbound marketing, integración de medios offline y gestión operativa de campañas con metodologías ágiles.

Además, aprenderás a manejar herramientas de automatización, CRM e inteligencia artificial aplicada al marketing, así como a medir resultados mediante analítica avanzada, modelos de atribución y cálculo del ROI. Esta formación online te permitirá avanzar a tu ritmo y te preparará para liderar estrategias de marketing completas, optimizar presupuestos y anticiparte a tendencias emergentes como la hiperpersonalización o el marketing responsable.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del marketing 360°, identificando sus principios, modelos y actores clave.
- ✓ Analizar el comportamiento del consumidor multicanal, aplicando metodologías de investigación de mercados.
- ✓ Diseñar planes de marketing integrado, combinando estratégicamente canales online y offline.
- ✓ Desarrollar estrategias de marca y posicionamiento, asegurando coherencia comunicativa en entornos multicanal.
- ✓ Dominar herramientas tecnológicas y de automatización, optimizando la gestión operativa de campañas.
- ✓ Definir indicadores clave de rendimiento, implementando modelos de medición y atribución multicanal.
- ✓ Justificar la inversión en marketing, calculando métricas financieras como ROI, ROAS y CLV.
- ✓ Identificar tendencias emergentes del marketing, incorporando innovaciones tecnológicas y criterios de sostenibilidad.



1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING 360° Y SU EVOLUCIÓN EN EL ENTORNO CONTEMPORÁNEO

- 1.1. Concepto y definición del marketing 360°: visión integral de la comunicación de marca
- 1.2. Evolución histórica del marketing: del enfoque unidireccional a la estrategia omnicanal
- 1.3. Principios fundamentales de la comunicación integrada de marketing
- 1.4. El ecosistema del marketing 360°: actores, canales y puntos de contacto con el consumidor
- 1.5. El rol del profesional de marketing en la planificación estratégica integral
- 1.6. Marcos de referencia y modelos teóricos aplicados al marketing 360°

2: INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR COMO BASE ESTRATÉGICA

- 2.1. Metodologías de investigación de mercados aplicadas a la estrategia 360°
- 2.2. Análisis del entorno competitivo y benchmarking estratégico
- 2.3. Segmentación de mercados y definición de públicos objetivo
- 2.4. Comportamiento del consumidor en entornos multicanal
- 2.5. Mapeo del customer journey y detección de puntos de contacto críticos
- 2.6. Tendencias de consumo emergentes y su impacto en la estrategia de marketing



3: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL MARKETING 360º: DISEÑO DEL PLAN INTEGRAL

- 3.1. El proceso de planificación estratégica: fases, participantes y entregables clave
- 3.2. Definición de objetivos de marketing alineados con la estrategia corporativa
- 3.3. Selección y combinación estratégica de canales de comunicación
- 3.4. Diseño del plan de marketing 360º: estructura y componentes esenciales
- 3.5. Integración del marketing mix en la estrategia 360º
- 3.6. Gestión de stakeholders y alineación interdepartamental en el proceso de planificación
- 3.7. Planes de contingencia y gestión de riesgos en la planificación de campañas de marketing

4: ESTRATEGIA DE MARCA Y POSICIONAMIENTO INTEGRADO EN ENTORNOS MULTICANAL

- 4.1. Construcción y gestión de la identidad de marca en el ecosistema 360º
- 4.2. Estrategias de posicionamiento de marca en mercados altamente competitivos
- 4.3. Brand equity: medición y construcción del valor de marca a largo plazo
- 4.4. Storytelling de marca y narrativa transversal en la comunicación integrada
- 4.5. Gestión de la reputación corporativa en el entorno online y offline
- 4.6. Arquitectura de marca y gestión estratégica de portafolios de productos y servicios



5: ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL COMO EJE CENTRAL DE LA ESTRATEGIA 360°

- 5.1. Marketing en motores de búsqueda: SEO y SEM como pilares de visibilidad online
- 5.2. Marketing en redes sociales: estrategia, creación de contenido y gestión de comunidad
- 5.3. Email marketing y estrategias de marketing relacional automatizado
- 5.4. Publicidad digital programática y display advertising
- 5.5. Marketing de afiliación y colaboraciones estratégicas en el entorno digital
- 5.6. Mobile marketing y desarrollo de estrategias específicas para dispositivos móviles

6: MEDIOS TRADICIONALES Y MARKETING OFFLINE EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRADA

- 6.1. El papel estratégico de los medios tradicionales en la era del marketing 360°
- 6.2. Estrategias de relaciones públicas y comunicación corporativa integrada
- 6.3. Marketing directo y activación promocional en el punto de venta
- 6.4. Patrocinio y mecenazgo como herramientas de posicionamiento y notoriedad de marca
- 6.5. Integración de acciones offline con canales digitales para maximizar el impacto



7: MARKETING DE CONTENIDOS Y ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING

- 7.1. Fundamentos del marketing de contenidos en la estrategia de comunicación 360°
- 7.2. Diseño de la estrategia de contenidos: objetivos, audiencias y formatos
- 7.3. Creación y producción de contenidos para múltiples canales y formatos
- 7.4. Estrategia de distribución y amplificación de contenidos
- 7.5. Inbound marketing: atracción, conversión y fidelización mediante contenido de valor
- 7.6. Influencer marketing y co-creación de contenidos con prescriptores de marca

8: EJECUCIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE CAMPAÑAS DE MARKETING INTEGRADO

- 8.1. Del plan estratégico a la ejecución operativa: fases y metodologías de implementación
- 8.2. Gestión de proyectos de marketing: metodologías ágiles y enfoques predictivos
- 8.3. Coordinación de equipos multidisciplinarios y gestión de proveedores externos
- 8.4. Producción creativa y desarrollo de materiales para campañas multicanal
- 8.5. Lanzamiento, seguimiento y ajuste de campañas en tiempo real
- 8.6. Gestión de crisis y resolución de incidencias durante la ejecución de campañas



9: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

- 9.1. El stack tecnológico del marketing moderno: panorámica general y criterios de selección
- 9.2. Plataformas de automatización de marketing (Marketing Automation)
- 9.3. CRM y su integración con la estrategia de marketing 360°
- 9.4. Herramientas de gestión de contenidos y administración de redes sociales
- 9.5. Plataformas de gestión publicitaria y herramientas de planificación y compra de medios
- 9.6. Inteligencia artificial y machine learning aplicados a la estrategia de marketing

10: MEDICIÓN, ANALÍTICA Y EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LAS ACCIONES DE MARKETING

- 10.1. Cultura data-driven: la centralidad de la medición en la estrategia de marketing 360°
- 10.2. Definición y selección de KPIs para cada canal y fase del customer journey
- 10.3. Herramientas de analítica digital y medición del rendimiento multicanal
- 10.4. Modelos de atribución y medición del impacto de campañas multicanal
- 10.5. Experimentación y optimización continua: test A/B, multivariante y CRO
- 10.6. Reporting y comunicación de resultados a la dirección y stakeholders clave



11: PRESUPUESTACIÓN, RETORNO DE INVERSIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA DEL MARKETING

- 11.1. Métodos de elaboración y asignación del presupuesto de marketing
- 11.2. Cálculo y análisis del retorno de inversión (ROI) en marketing
- 11.3. Optimización de la inversión publicitaria y eficiencia del gasto en marketing
- 11.4. Justificación económica de las acciones de marketing ante la dirección general
- 11.5. Control presupuestario y seguimiento financiero continuo de las campañas

12: TENDENCIAS EMERGENTES Y FUTURO DEL MARKETING 360°

- 12.1. Transformación del marketing ante los cambios en privacidad y regulación de datos
- 12.2. Marketing en el metaverso, realidad virtual y experiencias inmersivas de marca
- 12.3. Sostenibilidad, propósito de marca y marketing responsable
- 12.4. Hiperpersonalización y diseño de experiencias de cliente basadas en datos en tiempo real
- 12.5. Nuevos formatos y canales emergentes: audio branding, comercio social y live shopping
- 12.6. El profesional de marketing del futuro: competencias clave y perfiles demandados por el mercado



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

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

