



CURSO PRESENCIAL



Escuela Comercial

Te ayudamos a venderte

ÁLAVA | ARABA

MARKETING DIGITAL



Formación Presencial
en el centro de formación



Del 9 al 24 de junio del 2025

¡INSCRÍBETE!

100% Subvencionado

 cámara de álava
arabako ganbera

 araba-álava
foru aldundia diputación foral



Ayuntamiento
de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteizko
Udala

945 141 800

 info@escuelacomercialaraba.com

 www.escuelacomercialaraba.com



Formación presencial

MARKETING DIGITAL

INSCRIPCIÓN



Fecha: Del 9 al 24 de junio del 2025

Horario: 09:00 - 14:00

Total de horas: 60 horas

PABLO JIMÉNEZ

Fundador y director de otromarketing.es. Su objetivo es ayudar a Empresas, Equipos y Profesionales a obtener MÁS CLIENTES e INCREMENTAR SUS VENTAS. Desde el 2010 colabora en la creación, gestión y optimización de campañas de marketing digital en medios pagados para organizaciones de diferentes sectores y tamaños. Es profesor de diversas Escuelas de Negocio y Universidades y colaborador habitual de la Cámara de Álava.



OBJETIVO

Sesiones de formación prácticas para profundizar en el marketing digital. En estas sesiones los alumnos aprenderán a:

- Identificar los principales elementos de la transformación digital.
- Cómo definir y desarrollar la estrategia de marketing digital.
- Conocer las claves para incrementar el negocio Online gracias a los medios digitales.
- Gestionar con éxito la hoja de ruta digital dentro de la organización siguiendo los procesos de marketing.



DIRIGIDO A

Personas desempleadas en búsqueda activa de empleo, emprendedores/as y a todos aquellos que orienten su carrera profesional hacia las Ventas y el Marketing.



PROGRAMA

[INSCRIPCIÓN](#)

Módulo 1 – Estrategia de Marketing Digital

Definición de la estrategia de marketing digital que permita el impulso y la comercialización de los productos y servicios, promocionar los contenidos o generar reconocimiento de marca.

- Claves de la transformación digital.
- Cómo crear una estrategia de marketing digital.
- Acciones para la correcta captación de clientes.
- Cómo desarrollar embudos de conversión.
- Definición del ciclo de compra de cliente.
- Cómo hacer un plan de acción de marketing digital.

Módulo 2 – Posicionamiento SEO

Claves para implantar y desarrollar una estrategia SEO a través de los conceptos que permiten entender cómo funcionan los buscadores y de que manera se comportan los sitios Web en sus índices

- Fundamentos y fases del SEO.
- Aparecer en los primeros resultados de Google.
- Fases para establecer un proceso SEO.
- Estudio de palabras clave e intención de búsqueda.
- SEO On page.
- Indexabilidad y Popularidad.
- SEO Off page.

Módulo 3 – Publicidad Online: Google Ads

- Cómo implantar y desarrollar una campaña de Google Ads en las organizaciones partiendo de la base de la importancia de una estrategia de publicidad Online.
- Cómo empezar con Google Ads.
- Redes de búsqueda y display.
- Planificación de una campaña de Google Ads.
- Definición de objetivos, segmentación y presupuestos.
- Creación y lanzamiento de una campaña en Google Ads.
- Remarketing en Redes Búsqueda y Display.
- Campañas de Video.
- Interpretación y reporting de Google Ads



PROGRAMA

[INSCRIPCIÓN](#)

Módulo 4 – Gestión y Estrategia en Redes Sociales

Cómo desarrollar y realizar una estrategia efectiva a través de las posibilidades que ofrecen las redes sociales desde un punto de vista orgánico y publicitario.

- Estrategia y plan táctico en redes sociales.
- Planificación de una campaña en redes sociales.
- Publicidad en RRSS: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, etc.
- Definición de objetivos, segmentación y presupuestos.
- Influencer marketing.
- Medición y KPIs.

Módulo 5 – Usabilidad y Automatización de marketing

Cómo mejorar la experiencia de usuario e incrementar el ratio de conversión dentro de la estrategia de marketing digital.

- El usuario como centro del marketing digital.
- Optimización de la conversión.
- Recomendaciones de usabilidad Web.
- Estrategia de contenidos y branded content.
- Marketing Automation. E-mail marketing.

Módulo 6 – Analítica Digital

Pautas para la definición de KPIs de medición y creación de un cuadro de mando digital.

- KPIs y métricas.
- Descubriendo Google Analytics.
- Generación de cuadros de mando.

Módulo 7 – Creación de Contenidos con IA Generativa (IAG)

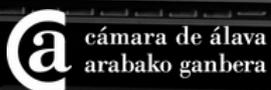
- Introducción al uso de IA Generativa en la creación de contenidos.
- Herramientas principales de IA para la creación de contenidos.
- Creación de contenido visual (imágenes y videos) con IA.
- Generación de contenido de audio con IA.
- Generación de contenido de video con IA.



Escuela Comercial

Te ayudamos a venderte

ÁLAVA | ARABA



cámara de álava
arabako ganbera



foru aldundia diputación foral



Ayuntamiento
de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteizko
Udala