

Especialización Profesional Marketing y Experiencia de Usuario en el Entorno Digital



Especialización Profesional Marketing y Experiencia de Usuario en el Entorno Digital

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 450

Acceso web: www.tech-fp.com/administracion-gestion/especializacion-profesional/marketing-experiencia-usuario-entorno-digital

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar la Especialización Profesional?

pág. 10

05

Dirección del curso

pág. 12

06

Plan de formación

pág. 16

07

Metodología

pág. 20

08

Titulación

pág. 24

01

Presentación

Con el auge de internet, la adopción de estrategias de mercadotecnia en el entorno digital se ha convertido en una cuestión imprescindible para impulsar las actividades de cada compañía. Un ejemplo de ello son las páginas web centradas en la experiencia de usuario. Al generarse un espacio donde el potencial cliente puede desenvolverse de forma intuitiva, las ventas y la reputación de la marca aumentarán. Estas dinámicas han potenciado un mercado de empleo con múltiples salidas laborales relacionadas. Por esto, TECH ha dispuesto una titulación que te permitirá acceder a esas oportunidades con un dominio exhaustivo de las principales reglas del marketing de buscadores. También, ahondarás en los modelos de análisis para UX y todo mediante una metodología 100% online te permitirá gestionar tu propio tiempo.

“

Este programa académico te capacitará para dominar las experiencias de usuario más atractivas, con el objetivo de diseñar un producto digital adaptado a los clientes”





La popularización del *e-Commerce* ha puesto en manifiesto la importancia del marketing digital. Así, entidades como Amazon, Apple o Microsoft han diseñado sitios web basados en la Experiencia de Usuario. Con ello, ofrecen una sensación de armonía y usabilidad que decanta a los clientes por utilizar sus servicios. Dado el impacto que genera en los beneficios económicos, numerosas compañías requieren de las mejores y más elevadas competencias en esta área tecnológica para optimizar sus estrategias.

Por estos motivos y para impulsar tu incursión laboral en este sector, TECH ha creado la Especialización Profesional en Marketing y Experiencia de Usuario en el Entorno Digital. A lo largo de esta titulación, dominarás la utilización de las principales herramientas de la mercadotecnia digital como la web, las RRSS o los buscadores. Además, analizarás las pruebas de usabilidad en el diseño de productos UX o identificarás los novedosos canales de venta más eficientes.

Este programa académico posee una metodología 100% online que te permitirá alcanzar un aprendizaje a tu propio ritmo sin depender de horarios preestablecidos. De igual forma, dispondrás de materiales didácticos en soportes como el resumen interactivo o el vídeo explicativo. Con esto, la intención de TECH es posibilitar una enseñanza basada en tus requerimientos académicos.

“

Al cursar esta Especialización Profesional, potenciarás tus posibilidades de ocupar un cargo laboral como auxiliar de marketing digital para empresas de diversos sectores”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te permite el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”



Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

03

Salidas profesionales

El comercio electrónico es un sector en el que existe una competencia voraz. Debido a ello, las empresas apuestan continuamente por introducir elementos que capten la atención del consumidor para incrementar sus beneficios económicos. En este sentido, cada vez es más popular el diseño de estrategias de marketing basadas en la UX. Por esto, TECH ha creado este programa, con el objetivo de favorecer tu incursión laboral en un mercado en auge.

“

La Especialización Profesional en Marketing y Experiencia de Usuario en el Entorno Digital te capacitará en el manejo de herramientas de mercadotecnia digital como las RRSS”





Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ◆ Técnico auxiliar de marketing digital
- ◆ Auxiliar de digitalización
- ◆ Operador documental
- ◆ Grabador-verificador de datos
- ◆ Administrativo especializado en nuevos medios de pago
- ◆ Asistente de instalación de sistemas para transmisión de datos



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar la Especialización Profesional?

Una vez hayas finalizado esta Especialización Profesional, estarás completamente habilitado para poner en práctica las estrategias de marketing más efectivas en el entorno digital. De la misma forma, dominarás las herramientas y los métodos para desarrollar un proyecto digitalizado atendiendo a la experiencia de usuario.

01

Realizar un plan de marketing digital comprendiendo las principales diferencias de enfoque entre el marketing tradicional y el digital

02

Plantear una estrategia de comunicación digital

03

Desarrollar webs de éxito

04

Utilizar las principales reglas del marketing de buscadores





05

Dominar el empleo de las principales redes sociales

06

Crear y optimizar de productos y servicios a partir de la UX

07

Utilizar las principales aplicaciones específicas de la UX en el ámbito de la innovación y el contexto digital

08

Identificar las distintas metodologías de investigación UX más relevantes

05

Dirección del curso

En su apuesta por garantizar la excelsa calidad educativa de sus programas, esta titulación de TECH posee un cuadro docente conformado por profesionales que trabajan en activo en el mundo del marketing digital y el diseño de productos UX. Estos especialistas son los responsables de elaborar los contenidos didácticos a los que accederás a lo largo de este itinerario académico, por lo que los conocimientos que te ofrecerán gozarán de una completa aplicabilidad laboral.

“

Los especialistas responsabilizados de impartir este programa académico ejercen activamente en el marketing y la experiencia UX para ofrecerte los contenidos más actualizados en estos campos”





Dirección del curso

D. Barrientos, Giancarlo

- ♦ IT Manager en Assist-365
- ♦ Ingeniero en sistemas de la información con una especialización en Ingeniería de software por la U.S.A.L de Buenos Aires, Argentina
- ♦ Cofundador y CTO en Logtech
- ♦ Fundador y CTO en Dashcore
- ♦ Máster en Gestión por Procesos y Transformación Digital
- ♦ Ingeniero de Software por la Universidad del Salvador

D. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- ♦ Ingeniero en Eficiencia Energética y Economía Circular en Aprofem
- ♦ Ingeniero Técnico Industrial por la E.U.P de Málaga
- ♦ Ingeniero Industrial por la E.T.S.I.I. de Ciudad Real
- ♦ Delegado de Protección de Datos Data Protection Officer (DPO) por la Universidad Antonio Nebrija
- ♦ Experto en dirección de proyectos y consultor y mentor de negocios en organizaciones como Youth Business Spain o COGITI de Ciudad Real
- ♦ CEO de la startup GoWork orientada a la gestión de las competencias y desarrollo profesional y la expansión de negocios a través de hiperetiquetas
- ♦ Redactor de contenido formativo tecnológico para entidades tanto públicas como privadas
- ♦ Profesor homologado por la EOI en las áreas de industria, emprendeduría, recursos humanos, energía, nuevas tecnologías e innovación tecnológica

Cuadro docente

Dña. Santiago, Claudia

- ♦ Gestora de cuentas de Selectrik
- ♦ Ejecutiva de ventas corporativas para la Costa Atlántica de Berlitz Colombia
- ♦ Directora comercial de la Escuela de Gastronomía Verde Oliva
- ♦ Coordinadora comercial de la Fundación Universitaria CEIPA
- ♦ Ejecutiva de Cuentas de Guía Académica, de la Casa Editorial El Tiempo
- ♦ Ejecutiva de Admisiones y directora general de sede de FUNIBER
- ♦ Licenciada en Negocios y Finanzas Internacionales por la Universidad Autónoma del Caribe
- ♦ Máster en Comercialización y Comunicación Publicitaria por la Universidad de El Salvador

Dña. Garbarino, Lucía

- ♦ Diseñadora de productos experta en UX
- ♦ Cofundadora de UX Argentina
- ♦ Diseñadora de productos en Reserve
- ♦ Coorganizadora de ProductTank
- ♦ Diseñadora de producto en Rappi
- ♦ Diseñadora de producto en Eventbrite





Dña. Crespo Garcia, Laura

- ♦ Comunicadora Social y Periodista
- ♦ Relaciones públicas en Gente Estratégica (Colombia)
- ♦ Prensa Audiovisual en la multinacional de medios Zoomintv
- ♦ Asistente de Producción Audiovisual y Comunicación, en Secretaría de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires
- ♦ Productora Audiovisual en Juegos Olímpicos de la Juventud en Buenos Aires
- ♦ Encargada de Marketing Digital, Publicidad y Community Manager en Multiled,
- ♦ Máster en Comunicación Audiovisual
- ♦ Formación en Marketing Digital y Community Manager

“ Además de sus contenidos actualizados y de su metodología flexible y 100% online, esta titulación está impartida por expertos de gran prestigio en esta área profesional”

06

Plan de formación

Este programa académico posee un plan de estudios constituido por 3 módulos a través de los que adoptarás las técnicas más avanzadas en marketing y UX en el entorno digital. Asimismo, los materiales de los que dispondrás durante la duración de esta Especialización Profesional están presentes en diversos formatos textuales e interactivos. Gracias a ello, obtendrás una enseñanza amena y adaptada a tus propias necesidades personales y estudiantiles.

“

Esta Especialización Profesional se caracteriza por su metodología 100% online que te permitirá gestionar tu tiempo para obtener un aprendizaje eficiente”





Módulo 1. Marketing digital: la transformación de la comunicación y el marketing

- 1.1. La revolución digital en el marketing
 - 1.1.1. El impacto de Internet en la comunicación
 - 1.1.2. Trascendencia de Internet en la comunicación
 - 1.1.3. Las 4P del marketing online
- 1.2. El plan de marketing en un entorno digital
 - 1.2.1. Utilidad del PdMD
 - 1.2.2. Partes del plan
 - 1.2.3. Confección plan de marketing eficaz
- 1.3. Estrategia competitiva:
 - 1.3.1. La aportación de valor
 - 1.3.2. La marca como elemento competitivo
 - 1.3.3. La *Unique Selling Proposition*
 - 1.3.4. Cambios en relaciones marca consumidor
- 1.4. Objetivos de la comunicación
 - 1.4.1. Tipos de objetivos
 - 1.4.2. Branding
 - 1.4.3. Performance
 - 1.4.4. Objetivos SMART
- 1.5. El público objetivo
 - 1.5.1. Cómo se debe definir
 - 1.5.2. La segmentación
 - 1.5.3. El *Buyer Persona*
- 1.6. Estrategia de comunicación
 - 1.6.1. Los *insights*
 - 1.6.2. El *posicionamiento*
 - 1.6.3. El mensaje

- 1.7. Las herramientas del marketing digital I: La Web
 - 1.7.1. Web
 - 1.7.2. Tipos de Web
 - 1.7.3. Funcionamiento
 - 1.7.4. El CMS
- 1.8. Las herramientas del marketing digital II: Los buscadores
 - 1.8.1. Marketing en buscadores
 - 1.8.2. SEO
 - 1.8.3. SEM
- 1.9. Las herramientas del marketing digital III: Las redes sociales
 - 1.9.1. Tipos de redes
 - 1.9.2. *Social Media Optimization*
 - 1.9.3. *Social Ads*
- 1.10. Las herramientas del marketing digital IV: Otras herramientas
 - 1.10.1. *Emailing*
 - 1.10.2. Afiliación
 - 1.10.3. *Display*
 - 1.10.4. Video

Módulo 2. Gestión de la experiencia de usuario en un ecosistema digital

- 2.1. Experiencia de usuario
 - 2.1.1. La experiencia de usuario y su valor
 - 2.1.2. Por qué no se puede analizar como un ente aislado
 - 2.1.3. Proceso: *Lean UX*
- 2.2. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital I: *User Research*
 - 2.2.1. *User Research*
 - 2.2.2. Métodos claves
 - 2.2.3. Aplicación en la práctica
- 2.3. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital II: Estrategia de *User Research*
 - 2.3.1. Otros métodos de *User research*
 - 2.3.2. Metodologías a usar según proyecto
 - 2.3.3. Combinación con otros datos
- 2.4. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital III: Entrevistas con usuarios
 - 2.4.1. Cuando hacerlas y por qué
 - 2.4.2. Tipos de entrevistas con usuarios
 - 2.4.3. Aplicación en la práctica
- 2.5. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital IV: Personas
 - 2.5.1. Definición e identificación
 - 2.5.2. Creación
 - 2.5.3. Aplicación de esta metodología en la práctica.
- 2.6. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital V: Pruebas de Usabilidad
 - 2.6.1. Instrucciones paso a paso sobre cómo realizar sus propios estudios de usabilidad
 - 2.6.2. Objetivos, beneficios y limitaciones
 - 2.6.3. Aplicación de esta metodología en la práctica.
- 2.7. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VI: Pruebas de Usabilidad a distancia
 - 2.7.1. Definición y tipos
 - 2.7.2. Herramientas y cómo reclutar usuarios
 - 2.7.3. Análisis de los datos y presentar hallazgos
- 2.8. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VII: Análisis de experiencia de usuario
 - 2.8.1. Qué hacer cuando no tenemos datos de nuestros usuarios
 - 2.8.2. Métodos de inspección de usabilidad
 - 2.8.3. Otras técnicas

- 2.9. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital VIII: MVP
 - 2.9.1. Formular hipótesis a validar y priorizarlas
 - 2.9.2. MVP y sus beneficios
 - 2.9.3. Errores más comunes
- 2.10. Técnicas de investigación de la experiencia de usuario en el ecosistema digital IX: La Analítica Web
 - 2.10.1. *User research* y *analytics*
 - 2.10.2. UX Discovery, optimización y metas
 - 2.10.3. Definir las métricas

Módulo 3. El comercio electrónico: nuevos canales canal de ventas

- 3.1. *Ecommerce* y tipos de comercio electrónico
 - 3.1.1. Canales de venta
 - 3.1.2. Origen de los mercados electrónicos
 - 3.1.3. Ventajas y retos
 - 3.1.4. Tipos de *ecommerce*
- 3.2. Estrategia y ventaja competitiva en comercio electrónico
 - 3.2.1. Factores claves de éxito
 - 3.2.2. El *long tail*
 - 3.2.3. Ventaja competitiva en la venta online
- 3.3. Tecnología
 - 3.3.1. Requerimientos de la tecnología
 - 3.3.2. Elementos de una plataforma de venta
 - 3.3.3. Tipos de plataformas
- 3.4. Operaciones
 - 3.4.1. Las operaciones de venta online
 - 3.4.2. Procesos operativos y logísticos
 - 3.4.3. Atención al cliente
- 3.5. Medios de pago
 - 3.5.1. Relevancia
 - 3.5.2. Principales medios de pago
 - 3.5.3. El fraude y su gestión
- 3.6. La venta online
 - 3.6.1. Palancas
 - 3.6.2. Las visitas
 - 3.6.3. La conversión
 - 3.6.4. El pedido medio
- 3.7. El funnel de venta
 - 3.7.1. Desarrollo del *funnel* de venta
 - 3.7.2. *Engagement*
 - 3.7.3. *Check Out*
- 3.8. Fidelización
 - 3.8.1. CRM
 - 3.8.2. Proceso
 - 3.8.3. Segmentación
- 3.9. Internacionalización
 - 3.9.1. Primera etapa
 - 3.9.2. Segunda etapa
 - 3.9.3. Tercera etapa
 - 3.9.4. Cuarta etapa
- 3.10. Omnicanalidad
 - 3.10.1. Impacto del móvil
 - 3.10.2. Multicanalidad vs omnicanalidad
 - 3.10.3. Retos de la omnicanalidad

07

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los profesionales del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina *Relearning*.

Nuestra institución es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



08

Titulación

La Especialización Profesional en Marketing y Experiencia de Usuario en el Entorno Digital garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Especialización Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Especialización Profesional emitido por TECH.

El título expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en la Especialización Profesional, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Especialización Profesional en Marketing y Experiencia de Usuario en el Entorno Digital**

Modalidad: **Online**

Horas: **450**





Especialización Profesional Marketing y Experiencia de Usuario en el Entorno Digital

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 450

Especialización Profesional Marketing y Experiencia de Usuario en el Entorno Digital