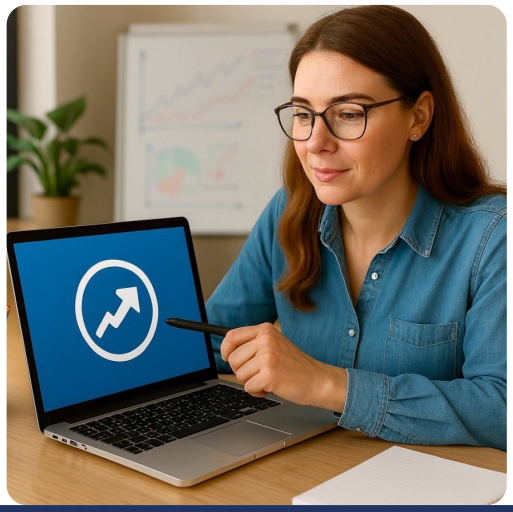


COMM098PO Estrategias de inbound marketing

Sku: PC921

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Diseñar e implementar una estrategia de Inbound Marketing con la que mejorar la calidad de tus leads e incrementar los ingresos de tu negocio.

CONTENIDOS

Unidad 1: Inbound Marketing

- Esta lección introductoria te dará una visión general del Inbound Marketing, sus diferencias con el marketing tradicional, sus fases clave y los elementos esenciales de una estrategia Inbound exitosa. Descubrirás el enfoque, la importancia de entregar valor antes de vender y de qué forma el Inbound Marketing puede transformar la relación entre marcas y consumidores.
- Al finalizar la introducción estarás listo para profundizar en cada fase y táctica en las próximas lecciones, pero sobre todo, comprenderás por qué el Inbound Marketing es hoy la base del marketing digital moderno.

    - Principios y beneficios del inbound marketing

- En esta lección, descubrirás los fundamentos filosóficos y prácticos que han convertido al Inbound Marketing en el enfoque dominante del marketing digital actual. Explorarás la evolución desde el marketing de interrupción hasta la atracción basada en permiso, analizarás las fases y el marco ético del Inbound, y revisarás tanto los beneficios cuantificables como los menos tangibles para marcas modernas. También analizarás tendencias 2025, casos reales y ficticios, y un glosario actualizado para dominar los conceptos clave.
- Al finalizar, tendrás un panorama sólido para debatir, defender y aplicar estrategias Inbound en tu sector, con claridad sobre las métricas y herramientas que impulsan resultados sostenibles.

    - El funnel: atracción a deleite

- A lo largo de esta lección exploraremos a fondo el recorrido del cliente en el Inbound Marketing, desde que una persona descubre tu marca hasta que se convierte en promotora fidelizada. Describiremos la anatomía del funnel (embudo), explicando cada una de sus fases: Atracción, Conversión, Cierre y Deleite. Abordaremos tácticas, herramientas, KPIs, ejemplos reales y tendencias, integrando tanto la visión operacional del embudo como el enfoque circular del flywheel. Pondrás en práctica el aprendizaje con infografías, ejercicios de memoria y cuestionarios, dominando así la transición de visitantes anónimos a leads calificados, clientes y embajadores de tu marca.

    - Herramientas y métricas del inbound marketing

- En esta lección descubrirás cómo las herramientas digitales potencian cada fase del Inbound Marketing y cómo las métricas transforman la creatividad en resultados medibles. Analizaremos el stack tecnológico actual (de analítica a automatización), los principales KPIs y fórmulas, modelos de atribución, buenas prácticas para cuadros de mando y tendencias como la IA generativa y los data clean rooms. Incluiremos ejemplos reales y ejercicios prácticos para fortalecer tu comprensión analítica y operativa.
- Al final de la lección serás capaz de seleccionar, implementar y optimizar herramientas clave, así como de interpretar los indicadores más relevantes para medir y escalar la estrategia Inbound.

- Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- Esta lección te invita a aplicar, analizar y exponer en profundidad los conceptos fundamentales del Inbound Marketing trabajados en la unidad. A través de desafíos abiertos, reflexionarás sobre casos reales o ficticios, diseñarás textos persuasivos y construirás indicadores para el seguimiento de una estrategia inbound.
- Aprovecha la oportunidad para demostrar tu creatividad, capacidad de análisis y manejo de herramientas y métricas clave. Cada ejercicio te ayudará a consolidar tus conocimientos y a prepararte para retos profesionales o personales en el ámbito del marketing digital.

    - Role playing y estado de avance

- En esta lección de repaso consolidarás tus conocimientos clave sobre Inbound Marketing. Empezarás con una batería de tarjetas didácticas (flashcards) para revisar conceptos fundamentales, métricas, herramientas y casos reales vistos durante la unidad. Después, aplicarás lo aprendido en una simulación práctica (roleplay) junto a un tutor IA: liderarás la primera auditoría de una estrategia Inbound, tomando decisiones, justificando mejoras y trabajando sobre situaciones realistas del embudo.
- Este repaso te preparará para afrontar con confianza la evaluación de la unidad, poniendo a prueba tanto tu memoria como tu capacidad de análisis y aplicación práctica.

    - Evaluación de la unidad

- En esta evaluación comprobarás tus conocimientos fundamentales sobre Inbound Marketing, abordando tanto sus principios filosóficos como sus herramientas, fases y

métricas. Responde cada pregunta eligiendo la opción correcta según lo aprendido en la unidad. Recuerda que puedes revisar los temas clave relacionados con cada cuestión para afianzar tu aprendizaje.

Unidad 2: Email Marketing

- Bienvenido/a a la unidad de Email Marketing. En esta introducción descubrirás por qué el correo sigue siendo el canal estrella para el Inbound Marketing en 2025, cuáles son sus ventajas únicas frente a otros medios digitales y qué conceptos dominarás durante la unidad. Además, conocerás datos sorprendentes sobre su impacto actual y pondrás a prueba tus conocimientos con preguntas clave. ¡Prepárate para activar tu bandeja de entrada como nunca antes!

    - Plataformas y configuración inicial

- En esta lección descubrirás cómo elegir la plataforma de Email Marketing adecuada, conocerás las principales tendencias tecnológicas del sector y aprenderás a configurar de inicio todos los aspectos técnicos esenciales para lograr la máxima entregabilidad y rendimiento. Analizaremos proveedores líderes, criterios de comparación, autenticación avanzada del dominio, estrategias de calentamiento de IP y dominio, limpieza de listas y mejores prácticas en integración, diseño y organización. Al finalizar, contarás con una hoja de ruta práctica para preparar tu propia infraestructura de Email Marketing profesional, alineando decisiones técnicas con el éxito de tus campañas.

    - Segmentación y personalización

- En esta lección aprenderás a transformar datos en resultados, convirtiendo el email en un canal uno a uno que incrementa relevancia, satisfacción y retorno sobre la inversión. Analizaremos a fondo los fundamentos, modelos y marcos de segmentación, desde enfoques clásicos como demográfica y RFM hasta la personalización predictiva apoyada en IA. Te mostraremos herramientas técnicas, ejemplos de automatización,

buenas prácticas legales y casos de éxito internacional. Al concluir, dominarás cómo diseñar campañas que no sólo saluden por el nombre, sino que entreguen el mensaje correcto en el momento ideal, multiplicando el impacto del Email Marketing dentro de tu estrategia Inbound.

    - Automatización de workflows

- En esta lección aprenderás a automatizar workflows de Email Marketing: cadenas de acciones que acompañan al cliente durante todo su ciclo de vida, desde el primer registro hasta la retención avanzada. Descubrirás cómo funcionan los triggers, condiciones y acciones en las plataformas líderes, los tipos de workflows más efectivos (bienvenida, carrito abandonado, nurturing y más), y cómo usar la IA para optimizar tiempos y resultados.

Profundizarás en la arquitectura técnica (CDP, ETL, autenticaciones), métricas clave, riesgos, casos reales de marcas exitosas y un plan práctico de implementación. Al terminar, dominarás el diseño y control de workflows automatizados para lograr campañas escalables, rentables y personalizadas — el siguiente nivel del Inbound Marketing.

- Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección, tendrás la oportunidad de aplicar tus conocimientos sobre Email Marketing en situaciones reales y analíticas. A través de ejercicios de libre expresión escrita, podrás demostrar tu comprensión, tu criterio estratégico y tu capacidad para argumentar y diseñar soluciones creativas usando los marcos y datos estudiados en la unidad. El objetivo es que vayas un paso más allá de la teoría, poniendo en práctica tu razonamiento y habilidades de comunicación profesional.
- Te enfrentarás a casos y retos donde deberás analizar, comparar, tomar decisiones fundamentadas y diseñar propuestas eficaces. Este tipo de ejercicio te ayuda a consolidar lo aprendido y a prepararte para las exigencias del mundo laboral del marketing digital.

    - Role playing y estado de avance

- En esta lección de repaso consolidarás todo lo aprendido sobre Email Marketing a través de actividades dinámicas. Primero, reforzarás memoria y conceptos clave con tarjetas de estudio interactivas. Después, enfrentarás un escenario realista conversando con un Director de Marketing asistido por IA, poniendo en práctica tus conocimientos técnicos y tu capacidad de análisis. Esta sesión te preparará para identificar oportunidades y aplicar las mejores prácticas antes de la evaluación final de la unidad.

    - Evaluación de la unidad

- Pon a prueba tus conocimientos sobre estrategias y prácticas clave de Email Marketing. Esta evaluación cubre los temas centrales vistos en la unidad, como plataformas, entregabilidad, segmentación, automatización y medición de resultados. Responde cuidadosamente para validar tu dominio de los conceptos y procedimientos.

Unidad 3: Marketing de contenidos

- Descubre cómo el Marketing de contenidos se ha convertido en el pilar de toda estrategia digital en Inbound Marketing. En esta lección introductoria exploraremos los conceptos clave, el impacto actual y las habilidades básicas que dominarás a lo largo de la unidad.
- Te invitamos a iniciar este recorrido para comprender por qué crear contenido de valor no es una moda, sino la clave para atraer audiencias, nutrir relaciones y lograr un crecimiento sostenible.

    - Planificación del calendario editorial

- En esta lección descubrirás por qué el calendario editorial es la columna vertebral de cualquier estrategia de marketing de contenidos efectiva. Aprenderás a construir y gobernar un calendario alineado a objetivos de negocio y buyer journey, conocerás los campos imprescindibles, marcos de trabajo como RACI y OKR, metodologías para la gestión y automatización del proceso, así como indicadores para medir y optimizar el rendimiento de tu contenido. Los ejemplos más recientes y las mejores prácticas te ayudarán a transformar la teoría en acción medible y escalable, desde el primer borrador hasta la auditoría global.

    - Formatos de contenido y storytelling

- En esta lección descubrirás el universo de los formatos de contenido digital más efectivos —desde vídeos cortos y podcasts hasta blogs largos, infografías y experiencias interactivas— y cómo utilizarlos estratégicamente dentro del Inbound Marketing para atraer, cautivar y convertir audiencias. Aprenderás a diseñar una cartera multiplataforma que combine piezas core y satélites, a dominar frameworks de storytelling (narrativa de tres actos, viaje del héroe, SB7 y más), y a aplicar los principios de neurociencia y psicología que hacen que las historias vendan. Además, explorarás la relación entre formato, KPI y etapa del embudo, así como buenas prácticas de accesibilidad y reciclaje de contenido. Al finalizar, estarás listo para crear historias multiformato con impacto medible y sostenible.

    - KPIs y medición de resultados

- En esta lección aprenderás cómo los KPIs y la medición de resultados convierten tu estrategia de contenidos en una inversión demostrable y optimizable. Descubrirás qué indicadores son realmente relevantes para reportar y mejorar impacto, cómo mapear métricas a cada etapa y formato del buyer journey, y las mejores prácticas para instrumentar la analítica con herramientas líderes como GA4, CRM y data warehouses. Además, explorarás modelos de atribución, benchmarks industriales, visualización de datos y cómo la inteligencia artificial potencia el análisis para justificar y escalar tu presupuesto de contenidos.

- Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección pondrás en práctica tu comprensión sobre el marketing de contenidos creando propuestas originales, aplicando lo aprendido en planificación, storytelling y medición de resultados. Las consignas están diseñadas para fomentar tu creatividad y tu capacidad de argumentar, analizar y vincular la teoría con casos reales o simulados. Aprovecha esta oportunidad para experimentar y demostrar un enfoque profesional, siempre justificando tus decisiones con criterio estratégico.

    - Role playing y estado de avance

- En esta lección repasarás y consolidarás los conceptos clave de la unidad sobre Marketing de contenidos. Para ello, primero ejercitarás tu memoria con un completo repaso de tarjetas didácticas y, luego, pondrás en práctica los aprendizajes a través de un role play guiado por IA que simula un desafío típico en la gestión de contenidos: el desbloqueo y optimización del embudo MOFU. Así estarás listo para aplicar tus conocimientos y abordar los desafíos de la evaluación final y la práctica profesional.

    - Evaluación de la unidad

- En esta lección pondrás a prueba tus conocimientos sobre planificación editorial, formatos y storytelling, KPIs y medición dentro del marketing de contenidos. Deberás responder una serie de preguntas basadas en los conceptos y datos clave vistos en la unidad. Al finalizar, tendrás mayor claridad sobre tu nivel de dominio y las áreas que debes reforzar antes de avanzar.

    - Asegúrate de leer cuidadosamente cada pregunta y considerar lo aprendido antes de seleccionar tu respuesta.

Unidad 4: Blogs

- Descubre por qué el blog sigue siendo el eje central de una estrategia de Inbound Marketing y cómo su diseño, contenido y experiencia de usuario marcan la diferencia en la generación de tráfico y leads. En esta lección introductoria entenderás los conceptos básicos y las tendencias clave del blogging profesional en 2025, preparándote para profundizar en aspectos técnicos, de redacción y de conversión en el resto de la unidad.

    - Diseño y arquitectura del blog

- En esta lección estudiarás cómo diseñar y construir la arquitectura de un blog de alto rendimiento para Inbound Marketing, siguiendo las mejores prácticas técnicas, editoriales y de experiencia de usuario de 2025.
- Analizaremos desde la selección y configuración del CMS hasta la organización de contenido, taxonomías, estructura de URLs, SEO técnico, gobierno editorial, seguridad, accesibilidad, analítica y checklist de lanzamiento. El objetivo es que seas capaz de conceptualizar, planificar y auditar un blog robusto, escalable y optimizado para atraer tráfico cualificado, maximizar conversiones y proyectar autoridad en tu sector.
- Al finalizar, dominarás los elementos clave para transformar un blog común en el núcleo de tu estrategia digital: arquitectura informacional y visual, Core Web Vitals, internacionalización, roles de equipo, métricas y mantenimiento continuo.

    - Usabilidad y experiencia de usuario

- En esta lección explorarás a fondo los principios, técnicas y herramientas que convierten la experiencia de usuario (UX) en el corazón de un blog exitoso. Analizaremos desde las bases de usabilidad hasta las leyes cognitivas aplicadas al diseño, así como los patrones modernos para móvil y escritorio, la accesibilidad avanzada y la investigación continua. A través de explicaciones narradas, infografías, ejemplos reales y ejercicios prácticos, comprenderás cómo pequeñas mejoras en usabilidad pueden generar grandes impactos en el negocio e impulsar la conversión de tu blog.

    - Redacción SEO y técnicas de conversión

- Descubre cómo escribir, estructurar y optimizar artículos de blog que no solo atraigan visitas orgánicas, sino que también conviertan lectores en leads y clientes. Esta lección cubre las tendencias SEO más relevantes para 2025, las mejores técnicas de copywriting persuasivo, la integración de datos estructurados y UX editorial, junto con métodos de prueba y control de calidad para tus contenidos. Al final podrás diseñar contenidos robustos que equilibren profundidad semántica, autoridad, conversión y confianza.
- Incluye análisis de ejemplos reales, recursos prácticos y guías paso a paso para aplicar en tu propio blog.
    - Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección tendrás la oportunidad de aplicar los conceptos y estrategias aprendidos sobre blogs en Inbound Marketing. A través de ejercicios prácticos, podrás evaluar sitios reales, detectar oportunidades y proponer acciones creativas basadas en datos. Este trabajo te permitirá demostrar tu criterio profesional, tu dominio técnico y la capacidad para diseñar propuestas originales alineadas con las mejores prácticas de la industria.
- Al finalizar, habrás fortalecido tu pensamiento analítico y tu habilidad para comunicar soluciones claras y accionables orientadas a resultados de negocio.

    - Role playing y estado de avance

- En esta lección tendrás la oportunidad de repasar de forma activa los conceptos clave de la unidad sobre blogs. Practicarás con tarjetas didácticas para afianzar conceptos técnicos, metodológicos y de accesibilidad. Además, participarás en un role playing interactivo simulando una reunión estratégica para identificar oportunidades de mejora en un blog real, poniendo en práctica el análisis de métricas, la priorización de acciones y la comunicación de tus hallazgos. ¡Prepárate para comprobar cuánto has aprendido y ejercitar tus habilidades con feedback inmediato!

    - Evaluación de la unidad

- En esta evaluación pondrás a prueba los conocimientos adquiridos en la unidad sobre blogs como parte esencial del Inbound Marketing. Te enfrentarás a una serie de preguntas de opción múltiple que abarcan los conceptos clave de arquitectura técnica, usabilidad, SEO, conversión, accesibilidad y buenas prácticas para la gestión efectiva de un blog profesional.
- Lee atentamente cada pregunta y selecciona la respuesta correcta basándote en lo aprendido durante las lecciones. Este test te ayudará a identificar qué áreas dominas y en cuáles puedes profundizar aún más para convertirte en un especialista en blogging estratégico.

Unidad 5: Buyer Persona

- Bienvenido a la unidad sobre Buyer Persona, el corazón de una estrategia de Inbound Marketing moderna. En esta lección introductoria aprenderás, de forma sencilla, qué es un Buyer Persona, por qué es fundamental en 2025, y qué beneficios aporta tanto a empresas B2B como B2C. Explorarás conceptos básicos, errores frecuentes y una visión general del proceso. Aquí sentaremos las bases para que aproveches al máximo las próximas lecciones, donde profundizaremos en investigación, perfiles y personalización de experiencias para tu público ideal.

    - Investigación y recopilación de datos

- En esta lección descubrirás cómo transformar la intuición sobre tus clientes en Buyer Personas validadas y accionables, dominando el ciclo completo de investigación cualitativa y cuantitativa. Aprenderás a recolectar, limpiar y analizar datos internos y externos, evitando trampas comunes. Además, te familiarizarás con las herramientas líderes, el impacto del nuevo contexto regulatorio y las mejores prácticas para proteger la privacidad. El objetivo es que puedas convertir datos en decisiones de marketing concretas y sostenibles.

- Creación de perfiles y arquetipos

- En esta lección aprenderás a convertir datos y hallazgos en Buyer Personas operativas, dominando tanto la síntesis de perfiles como la creatividad estratégica de los arquetipos. Explorarás frameworks y herramientas modernas para identificar patrones y crear fichas 360°, evitando errores típicos y asegurando que cada perfil resulte realmente útil en marketing, contenidos y automatización. Al finalizar, estarás preparado para diseñar representaciones vivas y accionables de tus clientes ideales, aplicar segmentación avanzada y preparar campañas personalizadas de alto impacto.

- Personalización de mensajes y contenidos

- En esta lección aprenderás cómo convertir los datos obtenidos de tus Buyer Personas en acciones de personalización real y medible. Profundizaremos en la distinción entre personalización, segmentación y hiperpersonalización, mostrando esquemas de madurez, arquitectura tecnológica, y técnicas de personalización eficientes—desde la regla IF/THEN hasta modelos de propensión impulsados por IA.
- También exploraremos ejemplos reales y ficticios para ilustrar buenas prácticas, riesgos éticos, gobernanza de datos, métricas clave y herramientas que permiten orquestar experiencias relevantes sin sacrificar privacidad ni escalabilidad. Al final, consolidarás tus conocimientos con ejercicios y preguntas para medir tu dominio.

- Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección tendrás la oportunidad de demostrar tu creatividad y capacidad de aplicar lo aprendido sobre investigación, creación y activación de Buyer Personas. Mediante ejercicios de escritura, pondrás en práctica la generación de perfiles estratégicos y sus aplicaciones reales en marketing digital, personalización y ética de datos. Aprovecha esta oportunidad para explorar ideas originales y conectar la teoría con casos relevantes y propuestas accionables.

    - Role playing y estado de avance

- En esta lección de repaso podrás consolidar y refrescar los conceptos clave sobre Buyer Persona que has estudiado en la unidad. Repasarás definiciones, metodologías, errores comunes y mejores prácticas, y pondrás a prueba tus conocimientos en una situación de role play simulando una entrevista real con un prospecto B2B.

    - ¡Prepárate para el test final y afianza tus aprendizajes!
    - Evaluación de la unidad
- Esta evaluación te permitirá comprobar y consolidar tus conocimientos sobre la investigación, creación y activación de Buyer Personas en Inbound Marketing. Asegúrate de leer con atención cada pregunta y elegir la opción correcta según lo aprendido en la unidad.
- Responde a todas las preguntas antes de finalizar la prueba. Puedes avanzar y retroceder entre preguntas si lo necesitas.

Unidad 6: Social Media

- En esta lección introductoria descubrirás la importancia estratégica de las redes sociales dentro del Inbound Marketing. Conocerás los retos, oportunidades y conceptos clave para aprovechar el potencial de Social Media en 2025. Al finalizar, tendrás una visión clara de lo que te espera en la unidad y de cómo las redes pueden convertirse en el motor de resultados medibles y sostenibles para tu marca o proyecto.

    - Selección de redes y definición de objetivos

- En esta lección aprenderás a seleccionar las redes sociales ideales y definir objetivos alineados a tu estrategia de Inbound Marketing. Analizaremos datos actualizados de plataformas, cómo traducir metas de negocio en KPIs sociales, variables críticas para

elegir redes, y plantillas para establecer objetivos SMART y OKR. Además, descubrirás cómo diseñar matrices de decisión, asignar presupuestos y medir resultados para que tu inversión en Social Media sea efectiva, medible y adaptable a los desafíos de 2025.

    - Generación de engagement y community management

- Aprende a transformar la interacción superficial en relaciones sólidas, implementando estrategias de engagement y gestión de comunidades que eleven el valor de tu marca en redes sociales. Este módulo explora el ciclo del engagement, tácticas avanzadas de community management, uso de UGC, gamificación, compliance, automatización y herramientas líderes en la industria, para ayudarte a construir una comunidad activa, leal y alineada con los objetivos de negocio.
- Descubrirás desde los fundamentos psicológicos detrás del engagement hasta la operativa interna de un equipo de community, pasando por dinámicas de gamificación, gestión de crisis, analítica de comunidad y buenas prácticas de inclusión, privacidad y accesibilidad digital.
- Analítica social y optimización de campañas
- En esta lección, aprenderás cómo convertir datos sociales en decisiones estratégicas que maximizan el ROI y aceleran el ciclo Inbound. Veremos desde el glosario clave de la analítica social, los mapas de madurez, y la construcción de dashboards con eventos server-side, hasta la atribución de canales, modelos de incrementabilidad (lift testing), experimentación y uso de IA. Finalizaremos con un repaso por compliance, privacidad, y una serie de casos prácticos que te mostrarán cómo las marcas líderes están sobreviviendo el cambio de paradigma en plataformas sociales.

- Al terminar, tendrás los conocimientos y herramientas para medir, interpretar, y optimizar campañas sociales en un entorno donde las cookies desaparecen, las plataformas cambian y la presión de resultados nunca baja.

    - Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección, tendrás la oportunidad de aplicar de forma creativa los conocimientos adquiridos sobre estrategias de Social Media en el marco del Inbound Marketing. Trabajarás sobre casos y situaciones realistas, demostrando tu capacidad para analizar datos, seleccionar plataformas, diseñar dinámicas de engagement y articular planes precisos de medición y gestión de crisis. Este ejercicio te permitirá consolidar conceptos clave y poner a prueba tu visión estratégica, argumentación y originalidad.
- Role playing y estado de avance

- En esta lección de repaso, consolidarás los conceptos clave de Social Media aplicados al Inbound Marketing, repasando datos, frameworks, tácticas y métricas fundamentales mediante fichas de memoria (flashcards). Luego, te enfrentarás a un escenario práctico de role play digital: simularás una reunión de alto nivel como Social Media Strategist, tomando decisiones estratégicas y respondiendo preguntas desafiantes de un CMO. Este repaso te prepara para poner en práctica los aprendizajes, identificar áreas de mejora y reforzar tu confianza antes de la evaluación final.

    - Evaluación de la unidad

- Pon a prueba tus conocimientos sobre la gestión de Social Media como motor del Inbound Marketing. Contesta preguntas clave sobre selección de plataformas, engagement, comunidad, analítica y optimización de campañas. Utiliza los conceptos y marcos aprendidos en las lecciones para elegir la mejor respuesta en cada caso. Esta evaluación es crucial para consolidar tu aprendizaje en la Unidad 6.

    - Avanza a tu ritmo y asegúrate de responder todas las preguntas antes de finalizar el test. ¡Éxito!

Unidad 7: Evaluación final

- En esta evaluación final demostrarás todo lo aprendido sobre Estrategias de Inbound Marketing. El examen consta de preguntas de opción múltiple y ejercicios de aplicación que te retarán a emplear la teoría, analizar casos y proponer soluciones prácticas. Incluye instrucciones generales, 30 preguntas cerradas (con variantes aleatorias) y una sección escrita donde deberás analizar, comparar y reflexionar sobre situaciones reales del marketing digital.
- Lee cada pregunta cuidadosamente y responde basándote en los conceptos, frameworks y buenas prácticas vistas en el curso. No olvides la importancia de argumentar con datos, priorizar acciones y aplicar un pensamiento ético y estratégico. ¡Mucho éxito!