



# Diplomado Virtual en: **MARKETING DIGITAL**

El marketing digital es una herramienta muy importante que permite a las empresas generar mayor participación y crecimiento al competir en los escenarios virtuales, espacio donde la guerra comercial se disputa con mayor fuerza hoy en día.

Una empresa, sin importar su tamaño, que no cuente con presencia en los entornos digitales y con un plan de marketing digital, no logrará sus propósitos, esto último debido a que los nuevos consumidores destinan mucho tiempo a actividades digitales, en todas las distintas plataformas.

## **OBJETIVO**

Fortalecer las capacidades en gestión de marketing digital con el fin de lograr la captación y fidelización de nuevos clientes dentro de empresa e instituciones.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Al término del programa los participantes tendrán los enfoques, habilidades y herramientas para:

- Introducir a los participantes en la importancia del mercadeo en el entorno virtual.
- Demostrar las oportunidades de generación de ingresos mediante la aplicación de la gestión comercial de la publicidad on line.
- Capacitar en las formas de protección jurídico legal en el entorno digital.
- Determinar y detallar la nueva psicología de los consumidores virtuales o los nuevos consumidores del siglo XXI.
- Enseñar la aplicación de la Web 2.0 y las redes sociales, como así determinar la importancia del community manager.
- Especificar y detallar la incursión y creación de marcas en el entorno virtual.
- Demostrar y enseñar la aplicación del mercadeo mediante buscadores especializados.
- Capacitar en la elaboración de un plan de marketing digital.

## **DIRIGIDO A**

- Gerentes, jefes o responsables de las áreas (departamentos) de marketing, comercialización, sistemas, publicidad, comunicación.
- Propietarios de empresas publicitarias, consultoras de marketing, agencias de comunicación.
- Profesionales del área de marketing, publicidad, sistemas, comunicación, diseño gráfico, diseño web, comercial y administración de empresas.
- Público en general.

## **REQUISITOS TÉCNICOS**

Todos los participantes deberán contar con:

- Una laptop con procesador i3 o superior.
- Memoria RAM de 4GB o más.
- Acceso a internet.
- Auriculares.

## **CONTENIDO**

### **Psicología de consumidor digital**

- Fundamentos de marketing.
- Datos importantes sobre psicología del consumidor digital.
- Fundamentos del comportamiento del consumidor digital.
- La satisfacción del cliente y el proceso de compra.
- Momentos de la verdad y ZMOT.
- El cerebro humano.
- Insight del consumidor digital.
- Tipología del consumidor digital.
- El impacto de los "influencers".

### **Legislación en los medios digitales**

- Importancia del derecho informático en NTICs.
- Delitos del mundo digital.
- Redes sociales y sus riesgos.
- Informática.
- Cloud computing.
- Protección de datos.
- Firma electrónica.

### **Web 2.0, redes sociales y community management**

- Web 2.0: Un nuevo paradigma de comunicación.
- Ventajas que aporta al usuario.
- Una nube de información en permanente construcción.
- El Open Source y el software de código abierto.
- Mashup e integración del conocimiento.
- Feed, RSS y filtrado avanzado de la información.
- La revolución de las redes sociales.

- Uso de las redes sociales como herramienta de marketing.
- Gestión del marketing en redes sociales: el community manager.
- El blog: soporte de comunicación e interacción.

### **Video marketing y Facebook Ads**

- Contenidos en las redes sociales.
- Video marketing.
- Facebook marketing.
- Herramientas de creación y manejo de anuncios en Facebook.
- Planeación de campañas en Facebook.

### **Creación de marcas en entorno digital**

- Adaptación al cambio dígito-social.
- Influencia y evolución en los nuevos perfiles profesionales.
- La importancia de los contenidos en el mundo digital.
- Identidad digital y reputación.
- Marcas colaborativas.
- Pecados capitales del e-branding.
- Estrategia digital y Brand Innovation.
- Creación y gestión de la marca digital.
- Estrategias Social Media (Networks, Communities, Influence).

### **Search marketing (SEO y SEM)**

- El modelo Freemium.
- La web semántica y el marketing de búsqueda.
- Herramientas del marketing de búsqueda.
- Elaboración de la Keyword Research.
- Estrategias de posicionamiento SEO y SEM.
- Identificar potencial de tráfico y competencia de una palabra clave.
- Creación de campañas de Google Adwords.
- Motores de búsqueda.
- Optimización de páginas web.
- Campaña link building.

### **Plan de marketing y estrategias digitales**

- Investigación del cliente del nuevo milenio.
- Las tendencias globales.
- Formatos digitales preferidos por el cliente digital.
- Las redes sociales y su impacto en el plan comercial.
- La evolución del marketing digital.
- El plan de marketing digital.
- Medición de resultados.
- Indicadores claves.

## METODOLOGÍA

Se aplicará una metodología de transferencia de conocimientos participativa virtual con las siguientes características:

### Clases en sala de videoconferencias.

- Contamos con una sala de videoconferencias, donde se realizarán las clases en vivo y podrá interactuar con el eTutor.
- La aplicación para participar en la sala de videoconferencias es amigable y sencilla de manejar.
- A través del sistema de videoconferencia y con su autorización podremos ingresar de forma remota a su computadora y explicarle como si estuviésemos físicamente presentes junto a Ud.
- Todas las sesiones de videoconferencias serán grabadas, para que pueda repetirlas las veces que sean necesarias o también cuando no pueda asistir.

### Plataforma virtual para el aprendizaje.

- El curso tiene un aula virtual debidamente confeccionado, para que pueda participar de acuerdo a la disponibilidad de su tiempo, donde encontrará: foros de trabajo colaborativo, foros de discusión temática, foros de pregunta y respuesta, salas de chats, recurso interactivos donde podrá subir y bajar material digital, wikipedia, mensajería interna, videos y otros servicios orientados a lograr un aprendizaje efectivo.

## DIRECTOR ACADÉMICO

**Mgr. Jacques Martin Arandia Raimondeau**  
Maestría en Gestión de Eventos Corporativos -  
Universidad Complutense de Madrid – España  
MBA en Dirección de Marketing y Ventas –  
Escuela Europea de Negocios.  
Jefe de Carrera – Carrera de Marketing y Logística.  
jmarandia@upb.edu

## PLANTEL DOCENTE

El plantel docente está conformado por profesionales de reconocido prestigio en su área, los mismos son seleccionados y evaluados, bajo estrictos procedimientos que toman en cuenta metodología didáctica, facilitación del aprendizaje, transmisión de valores y experiencia laboral en la aplicación de tema.

## CARACTERÍSTICAS DEL CURSO

**Duración:** Tres meses y medio. 200 horas académicas.

**Titulación:** Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el(la) participante obtendrá el certificado de "Diplomado en Marketing Digital".

Solicite al contacto regional información actualizada, referida a precio, descuentos, planes de pago, resumen de la experiencia del plantel docente, horarios, cronograma tentativo y proceso de inscripción.



Patrocinada por:



**Reservas: [www.upb.edu/registro](http://www.upb.edu/registro)**

**Informaciones e Inscripciones: ☎ 712 27001**