

**DIPLOMATURA EN
MARKETING
DIGITAL, COMERCIO
ELECTRÓNICO Y
SOCIAL MEDIA**

INTRODUCCION

El actual proceso de transformación digital ha cambiado por completo la forma de comercialización y los clientes se han vuelto digitales. En este nuevo escenario las posiciones de Digital Marketing Manager, Social Media Manager o Community Manager son claves en las empresas. A su vez toda Pyme, emprendedor o profesional necesita potenciar su negocio con estrategias de Marketing Digital, trabajar con las redes sociales, desarrollar buenas experiencias para sus clientes y tomar decisiones correctas con datos precisos.

Este programa te ayudará a desarrollar las habilidades necesarias para cumplir tus objetivos y trabajar con las siguientes herramientas y conocimientos, con una marcada orientación práctica:

- Plan de Marketing Digital.
- Claves, tendencias y estrategias en Marketing Digital.
- Comunicación Digital
- Branding.
- Planificación y gestión de contenidos digitales
- Storytelling para Marcas.
- Community Manager y Social Media Manager.
- Funnel de Conversión.
- Campañas en Redes Sociales (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, LinkedIn, etc.)
- E-Commerce. Tienda online.
- UX Web (Experiencia del usuario)
- Métricas Digitales y Manejo de KPIs.
- Google Analytics.
- Marketing en Buscadores: SEM-SEO
- Email Marketing.

Los instructores son los líderes del mercado en temas de Marketing Digital de las principales empresas, que te acompañaran en el camino, brindando la experiencia y el arte del negocio.

DESTINATARIOS

Toda persona que quiera certificarse y especializarse en Marketing Digital.

Emprendedores, Empresarios, personal del Área de Marketing, Freelancers y profesionales de las diferentes áreas que quieran desarrollarse en el mundo del Marketing Digital.

OBJETIVOS

La Diplomatura tiene como objetivo que te profesionalices y seas especialista en Marketing Digital, diseñes experiencias digitales poniendo al usuario en el centro y apoyes tus decisiones en métricas y datos.

Al finalizar el programa conocerás las herramientas necesarias para desempeñarte en una empresa como Digital Marketing Manager, Social Media Manager o Community Manager. A su vez si tienes tu propio negocio te permitirá llevar las estrategias de Marketing Digital y realizar las acciones para hacer crecer tu emprendimiento o dar seguimiento a tu agencia. Y si deseas ser Freelancer o trabajas en una agencia, poder brindar el servicio de Marketing Digital a tus clientes o actualizarte en las últimas tendencias. No son necesarios conocimientos previos.

CONTENIDOS

MODULO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

Herramientas de la comunicación digital. Claves y tendencias en Marketing Digital. Marketing tradicional y marketing online. Historia. Evolución de la web: de la web 1.0 a la web 3.0. Marketing Viral. Plan de Marketing Digital y de Medios Digitales. Etapas en la elaboración del plan de marketing digital. Modelos de negocio en internet y sus peculiaridades estratégicas. Tipos de Negocios: B2B - B2C- C2C.

MODULO 2: ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES.

BRANDING DIGITAL. DISEÑO DE MARCA.

Planificación y estrategia digital. Objetivos. Funnel de Conversión. Etapas y estrategias. Branding digital. Captación y fidelización online. Reputación online y marca. Identidad Digital. Diseño de Marca. Estrategia de Campañas. Inbound Marketing. Content Marketing.

MODULO 3: COMMUNITY MANAGER Y SOCIAL MEDIA MANAGER.

Perfil profesional del community manager. Roles y Tareas. Crear comunidad. Diseño de estrategia. Elementos que definen una comunidad. Social Media Manager. Gestión de crisis. Herramientas y Apps de autogestión.

MODULO 4: DESARROLLO Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES. STORYTELLING PARA MARCAS.

Planificación y gestión de contenidos digitales. Distribución y organización de contenidos. Selección y evaluación. Interacción y visualización. Captar la atención de usuarios. El relato y la marca. Briefing. Creatividad y técnicas. Principales elementos del Storytelling. Tipos de Storytelling. Guionización. Viralización. Calendario.

MODULO 5: FACEBOOK ADS E INSTAGRAM ADS

Usuario vs Fanpage. Como gestionar y configurar una fanpage. Herramientas de la fanpage. Algoritmo de Facebook. Estrategias. Contenido Orgánico vs Publicidad Paga. Administrador de anuncios. Estructura de campañas. Tipos de campaña. Formato de anuncios. Subasta. Segmentación. Targeting Masivo. Audiencia. Presupuesto. Pixel. Como desarrollar un informe de métricas para un cliente. Facebook Analytics. Instagram. Diferenciación de perfiles. Creación de Perfil empresa. Engagement. Publicación de fotos, videos, stories, reels e Instagram TV. Tienda. Estrategias. Tipos de Influencers.

MODULO 6: YOUTUBE ADS. TWITTER, LINKEDIN, WHATSAPP BUSINNES.

Características principales de Youtube. Formatos de anuncios. Paso a paso en YouTube. Campañas. Segmentación. Kpis. Introducción a Twitter. Gestión de followers. Hashtags. Seguidores influyentes. Twitters Ads. LinkedIn. Páginas de Empresas. Perfiles personales. Como usar LinkedIn. LinkedIn Ads. Segmentación. Medición. Whatsapp Businnes. Estrategias comerciales. Métricas.

MODULO 7: E-COMMERCE – TIENDA ONLINE.

Introducción al e-commerce. Plan de creación de una tienda online. Diseño de la tienda y experiencia del usuario (UX). Soluciones tecnológicas para crear una tienda online. Medios de pago en el comercio electrónico. Logística y Atención al cliente. Analítica web para e-commerce. Introducción a Landing Pages. Conceptos. Contenidos Web. Creación y desarrollo.

MODULO 8: POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES: SEM – SEO. GOOGLE ADS.

Introducción y fundamentos SEO y SEM. Optimizar el Posicionamiento en Buscadores. Creación de contenido optimizado SEO. SEO On-Page. Keywords. Implementación de diferentes tipos de campañas en Google Ads. Desarrollo y aplicación de Estrategia SEM.

MÓDULO 9: RETENCIÓN DE USUARIOS O CONSUMIDORES: TIPOS DE CAMPAÑAS Y PRINCIPALES BENEFICIOS.

Estrategias de gestión de campañas, Newsletters, Mailing.

Email Marketing. Estrategias de email Marketing. Herramientas de envío. Estrategia para Newsletters. Métricas y reportes.

MODULO 10: DISEÑO UX WEB

UX Web (Experiencia del usuario): Definición, tendencias y propiedades. Métodos de investigación y planificación. Diseño Centrado en el usuario. Principios de interacción. Fundamentos de usabilidad, análisis heurístico. Arquitectura de Información. Proceso de Mejora Continua Digital: Organizar, Planificar, Testear, Iterar, Implementar. Conversión. Usabilidad.

MODULO 11: MÉTRICAS DIGITALES. ANALÍTICA WEB.

Introducción a la analítica web. Métricas para la interpretación de datos. Objetivos y Kpis. Herramientas de gestión de datos. Google analytics. Seguimiento de acciones de marketing con Google analytics. Palabras claves. Reporting.

DIRECTOR ACADÉMICO

FLAVIO BERCERUELO

Especialista en Marketing. Director de BAEducación Ejecutiva & BA Coding School.

Director de diversos posgrados de Marketing y Negocios Digitales. Licenciado en Administración (Universidad de Buenos Aires), curso la Maestría en Psicología Organizacional y Empresarial en la Universidad de Belgrano.

Se desarrolló en empresas privadas líderes en puestos directivos y en ONG's, como también en el Estado. Consultor y asesor de empresas y organizaciones en cámaras empresariales (IDEA, APYME, Escuela Española de Negocios), capacitando a más de 300 empresas de Argentina y del Exterior.

Se desempeñó en diversas universidades UBA, UCES, UB, IUEAN, en materias como Estrategias de Negocios, Dirección General, Técnicas Gerenciales, Diseño y Gestión de

Procesos, Información Gerencial. Coautor del libro “La Dirección de las organizaciones: De la Teoría a la Práctica”, presentado en la Universidad de Buenos Aires.

COORDINACIÓN ACADÉMICA

PABLO CROCI

Gerente de Marketing Online en FOX Latin American Channels para los canales FOX, FX, NAT GEO y MUNDOFOX para Latam y Brasil.

En Coursera, creador junto a IAE-AUSTRAL la especialización en Marketing Digital. Mentor Oficial en Google Developers, profesor especialista en Digital House, periodista en temas digitales especializado en contenidos, marketing, redes sociales y colaborador de los principales medios de la Argentina y España (Clarín, La Nación, El País, Soitu). Profesor en BA Coding School.

CAROLINA LO CELSO

Lic. Comunicación Social Universidad Nacional de Rosario. Facultad de Ciencia Política y RR.II. Escuela de Comunicación Social. Social Media Manager.

Especialista en Marketing Digital, Community Manager y Prensa.

Profesora Marketing Digital en temas de Social Media, Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads y herramientas digitales. Coordinadora Académica en carrera de Marketing Digital en BA Coding School.

CUERPO ACADÉMICO

PABLO SOMMER

Vice President Business Lead en McCann Worldgroup.

McCann Worldgroup fue nombrada la compañía de servicios de marketing más creativa del mundo por los Premios Effie.

Cuenta con más de 15 años de experiencia en la industria Publicitaria.

Ha trabajado en proyectos para las siguientes empresas: General Motors, Latam Airlines, Microsoft, MasterCard, Sony, GSK, Nextel, Coca Cola, Muller, LifeBuoy, Hilton, L'Oréal, Microsoft, Pepsi, KPMG, Arcor, Honda, Frávega, Falabella, Go Pro.

JUAN MANUEL GIRALDEZ

Licenciado en Dirección de Negocios, con más de 13 años de experiencia en Marketing Digital.

Online Manager en America TV, America 24, La Red Radio station, El Cronista (Financial Times partner), con un alcance de 1,8 millones de usuarios semanales, con implementación y realización de estrategia de social media para impulsar Live Streaming del canal.

Trabajó en MySpace.com LatAm, como Coordinador de Contenido y desarrollo nuevos negocios, joint-ventures con Unilever, Latin American Idol, Motorola Motorokrband, NatGeo, MTV, FOX, Rosstoc, entre otros. Realizo generación de contenido premium en línea para todas las series originales de MySpace. Profesor especialista en Digital House Se desarrollo en Discovery Channel Networks como supervisor y productor de contenido, realizando la producción de contenido para mobile y broadband y coordinación de VOD para mobile.

Actualmente es Business Development & BI Manager en Grupo Grupo Vi-Da (Infobae, Vi-Da). Profesor en BA Coding School.

ARIEL GLAZ

Diseñador y Consultor en Diseño Experiencia de Usuario. Formado en la Universidad de Buenos Aires (FADU) como Diseñador Gráfico.

Fue Docente y Jefe de Trabajos Prácticos en la materia Diseño Gráfico II de la Facultad de Arquitectura, Docente en Maestría de Negocios Digitales de UdeSA. Investigador UBACyT. Coordinador Académico de Diseño de Experiencia de Usuario en Digital House.

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

17 de mayo de 2021

FINALIZACIÓN

6 de diciembre de 2021

DÍAS Y HORARIO

Lunes de 19 a 21.30 h.

MODALIDAD

Virtual EN VIVO, con clases semanales en directo on line.

Con esta modalidad podrás acceder a un diseño de cursada totalmente innovador, con lo mejor de la educación a distancia y con clases semanales EN VIVO estudiando en nuestro campus de una manera cómoda, con la opción de consultar el material de cada unidad, trabajar actividades en grupo, opinar en foros, compartiendo charlas con los docentes, con un feedback permanente que te permitirá desarrollarte y obtener los objetivos que buscas, con flexibilidad en cuanto a horarios, organizar tus tiempos a tu manera, ahorrar gastos de transporte y obtener una atención personalizada.

DURACIÓN

El curso tiene una duración de 64 horas (6 meses) desarrolladas en encuentros
Semanales virtuales en VIVO de 2 ½ horas.

APROBACIÓN

Realización de un trabajo de aplicación.

CERTIFICADOS

La Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo certificado, a quienes aprueben el trabajo integrador y cumplan con la asistencia mínima requerida. A aquellos alumnos que posean título de grado se les otorgará certificado de aprobación de la Diplomatura; a aquellos alumnos que no cumplan con dicho requisito se les entregará certificado de aprobación de Curso de Actualización Profesional.

Todos nuestros programas deberán contar con un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. En caso de no reunir el número indicado al cierre de inscripción, la Universidad se reserva el derecho de posponer o suspender el inicio de la actividad.