

UBDepec

Educación Continua

CICLO 2024

**DIPLOMATURA EN
MARKETING DIGITAL,
E-COMMERCE Y
NEGOCIOS DIGITALES
CON INTELIGENCIA
ARTIFICIAL**

INTRODUCCIÓN

Se proyecta para el 2025 un crecimiento del 226 % en E-Commerce. En este nuevo escenario se ha vuelto esencial para potenciar el negocio y los proyectos digitales trabajar con estrategias actualizadas de Marketing Digital, Comercio Electrónico y especializarse en Digital Business, Data Analytics y Diseño UX para desarrollar buenas experiencias y tomar decisiones correctas con datos precisos.

La inteligencia artificial (IA) ha transformado la forma en que se ejecutan las campañas de marketing digital. Al aprovechar IA, los especialistas en marketing pueden personalizar el contenido, analizar el comportamiento del consumidor y automatizar campañas.

Esta Diplomatura te ayudará a comenzar desde cero a desarrollar las habilidades necesarias para cumplir tus objetivos en Marketing digital y trabajar con las siguientes herramientas y conocimientos, con una marcada orientación práctica:

- Plan de Marketing Digital. Desarrollo de Proyectos Digitales.
- Claves, tendencias y estrategias en Marketing Digital y Negocios Digitales.
- Inteligencia Artificial aplicada a 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, TikTok, Threads, etc.)
- E-Commerce. Tienda online.
- UX (Experiencia del usuario)
- Data Analytics: Métricas Digitales y Manejo de KPIs.
- Google Analytics.
- Marketing en Buscadores: SEM-SEO
- Email Marketing.

Los instructores e invitados 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.

Certificate en Marketing Digital, E-Commerce y Negocios Digitales en la UB. La Universidad de Belgrano, sinónimo de excelencia universitaria, es una de las mejores universidades privadas de Buenos Aires Argentina según la calificación de QS World University Rankings que evalúa a las 1500 mejores universidades del mundo.

DESTINATARIOS

Toda persona que quiera especializarse en Marketing Digital, Comercio Electrónico y Negocios Digitales.

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 y negocio digital 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

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL Y LOS NEGOCIOS DIGITALES.

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. Negocios 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.

MÓDULO 2: ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL. BRANDING DIGITAL. DISEÑO DE MARCA. INTELIGENCIA ARTIFICIAL. MARKETING OMNICANAL. PODCASTS. METAVERSO.

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. Inteligencia Artificial. Chatbots. Marketing Omnicanal. Podcasts. Metaverso.

MÓDULO 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.

MÓDULO 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.

MÓDULO 5: FACEBOOK ADS E INSTAGRAM ADS. TIKTOK, THREADS.

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. TikTok, Threads.

MÓDULO 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.

MÓDULO 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.

MÓDULO 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.

MÓDULO 10: DISEÑO UX

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.

MÓDULO 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.

** (El orden de las clases, los profesores y el programa es tentativo, y puede ser modificado sin previo aviso)*

DIRECTOR ACADÉMICO

FLAVIO BERCERUELO

Especialista en Marketing. Director de BA Educación Ejecutiva & Academia Digital 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. 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. Conferencista Internacional.

Se desempeñó en diversas universidades UBA, UCES, UB, IUEAN, en materias de Marketing, Estrategias de Negocios y Dirección General. Coautor del libro “La Dirección de las organizaciones: De la Teoría a la Practica”, presentado en la Universidad de Buenos Aires.

CUERPO ACADÉMICO

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.

JUAN MANUEL GIRALDEZ

Licenciado en Dirección de Negocios, con más de 14 años de experiencia en Marketing Digital.

Online Manager en América TV, América 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 desarrolló 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. Profesor en BA Coding School.
Actualmente se desarrolla como Product Manager en WarnerMedia.

ARIEL GLAZ

UX Design Manager en IntoTheBlock. Diseñador y Consultor en Diseño Experiencia de Usuario. Formado en la Universidad de Buenos Aires (FADU) como Diseñador Gráfico. Coordinador Académico de Diseño UX en Digital House.
Docente en Maestría de Negocios Digitales de UdeSA. Profesor en la materia Diseño Gráfico II de la Facultad de Arquitectura. Investigador UBACyT.

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 programa y en el cuerpo docente que considere pertinentes.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

10 de septiembre de 2024

(receso vacacional meses de enero y febrero)

FINALIZACIÓN

6 de mayo de 2025

DÍAS Y HORARIO

Martes de 19 a 21.30 h.

DURACIÓN

El curso completo tiene una duración de 64 horas reloj distribuidas en encuentros semanales de 2 ½ horas cada uno.

La modalidad de la cursada es ONLINE y sincrónica.

- **CLASES POR PLATAFORMA ZOOM**

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.

APROBACIÓN

Realización de un trabajo de aplicación.

DOCUMENTACIÓN

Presentar la solicitud de inscripción, título de grado (en caso de poseerlo) y fotocopia del documento de identidad.

ASISTENCIA MÍNIMA

75% de asistencia

CERTIFICACIÓN

La Universidad de Belgrano extenderá el respectivo certificado de aprobación, a quienes cumplan con las evaluaciones y/o trabajos finales. Caso contrario solo se emitirá un certificado de asistencia.

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