

Marketing Digital

Equipo docente: Franca Fraschini; Invitada: Fiorella Musitelli

Unidad académica: Campus Salto

Referente académico: Jimena Silva

Dirigido a: público en general que desea formarse en marketing y comunicación digital, con o sin experiencia, que requieran contar con una base sólida para coordinar e implementar estrategias digitales que reporten beneficios inmediatos para su marca o negocio.

Introducción: el vertiginoso avance de las nuevas tecnologías, las redes sociales y la inteligencia artificial ha revolucionado la dinámica entre empresas y consumidores, creando un entorno donde la comunicación y el marketing digital son pilares esenciales. Ante la rápida aparición y adopción de estos canales, existe una creciente demanda de profesionales capacitados que puedan comprender, gestionar y aplicar estas herramientas de forma efectiva.

Resultados del aprendizaje: al finalizar el curso, los participantes habrán obtenido una sólida base en marketing digital, adquiriendo los conocimientos y herramientas esenciales para comprender y participar activamente en la creación de estrategias. Serán capaces de identificar los componentes clave de un plan digital, entender cómo analizar el mercado y la audiencia, y conocer las principales plataformas y tácticas para la creación de contenido, publicidad en redes y buscadores, automatización básica y medición de impacto. Esto les permitirá coordinar, supervisar o iniciar la implementación de acciones digitales que aporten valor a su marca o negocio.

Carga horaria total: 31 horas (21 horas sincrónicas y 10 horas asincrónicas)

Formato: 100% virtual

Días y horarios: martes y jueves de 18 a 19.30hs.

Fecha de inicio: martes 9 de setiembre.

Fecha de finalización: jueves 23 de octubre.

Contenido:

Clase 1. Introducción al marketing digital y planificación estratégica

- Digital Marketing Mix
- Planificación estratégica (objetivo, estrategia, tácticas, resultados)
- Inbound y Outbound Marketing

Clase 2. Análisis de situación digital

- Análisis interno y externo
- Creación de un FODA de aspectos digitales

Clase 3. Benchmarking

- Análisis de competidores
- Uso de herramientas digitales y de IA para el análisis de competidores

Clase 4. Objetivos de Marketing digital

- Objetivos de Awareness y Performance
- Definición de objetivos SMART
- Selección de métricas y KPI

Clase 5. Público Objetivo y segmentación de audiencias

- Definición del público objetivo y armado del Buyer Persona
- Segmentación en Meta y Google Ads

Clase 6. Estrategias en Marketing Digital

- Cómo armar una estrategia y plan de acción
- Definición de estrategias para cada etapa del funnel de conversión y momento del Buyer Journey

Clase 7. Neuromarketing

- Principios clave de la neurociencia aplicada al consumo
- Importancia del Neuromarketing en el Marketing Digital

Clase 8. Marketing en Redes Sociales y Content Marketing

- Qué plataforma usar según mi objetivo: Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, LinkedIn, X.
- Planificación y publicación del contenido
- Uso de IA y herramientas digitales para la creación de contenido

Clase 9. Meta Ads

- Comprender cómo funciona Meta Ads
- Básicas de la herramienta para crear campañas de Whatsapp, Instagram y Facebook

Clase 10. SEO (Search Engine Optimization)

- Introducción al SEO

- Investigación de palabras clave
- SEO On-Page y SEO Off-Page

Clase 11. SEM (Search Engine Marketing) - Google Ads

- Funcionamiento de Google Ads
- Tipos y estructura de una campaña de Google Ads

Clase 12. Bots y Whatsapp Business

- Introducción a los Chatbots
- Estrategias de marketing con WhatsApp Business
- Uso de IA para la creación de Chatbots

Clase 13. Email marketing

- El poder del email marketing
- Tipos de emails según objetivos
- Segmentación y automatización

Clase 14. Medición de Resultados

- Recapitulando KPIs y Métricas
- Creación de Dashboards y Reportes

Forma de evaluación:

Diseño de un Plan de marketing digital básico aplicado a un caso real propio o de terceros.

Equipo docente:

Franca Fraschini es especialista en Marketing Digital con más de 15 años de experiencia en growth marketing, content marketing y estrategias de comunicación para marcas en América Latina. Ha liderado proyectos en empresas multinacionales, medios digitales y servicios financieros, combinando pensamiento estratégico con ejecución ágil y orientada a resultados. Trabajó con equipos interdisciplinarios y acompañó a MYPES y emprendedores en el desarrollo de sus marcas mediante mentorías, consultorías y formación.

Costo total: \$8.000 pesos uruguayos

Financiación hasta en 6 cuotas con tarjetas de crédito.

Pago en efectivo a través de redes de cobranza o transferencia bancaria.

Beneficios: Estudiantes UCU 25% - Alumni UCU 25% - Personal docente y administrativo UCU 20%.