

## Diploma en Marketing Digital

**Equipo docente:** Augusto Bonet, Antonio Correa, Valeria Gauna, Mariana Colombo

**Unidad académica:** Campus Salto y Campus Punta del Este

**Referente académico:** Claudia Cafferatta

**Dirigido a:** profesionales, empresarios, dueños de negocios, directores, comunicadores, emprendedoras, marcas personales y responsables de marketing (consultores, freelancers, community managers, etc.) que buscan actualizarse, fortalecer su perfil digital o liderar la transformación digital de sus organizaciones. También se orienta a personas con conocimientos previos básicos o intermedios de marketing o comunicación que desean comprender de forma completa el ecosistema digital, mejorar sus resultados, desarrollar habilidades técnicas y dominar herramientas que aumenten su productividad y capacidad de ejecución.

**Modalidad:** A distancia

El Diploma en Marketing Digital es la primera oferta académica en conjunto entre Campus Punta del Este y Campus Salto. Si bien se realiza a distancia, habrá una clase presencial en cada campus, al inicio y al final del Diploma.

**Carga horaria total:** 137 horas (89 sincrónicas + 48 asincrónicas)

**El diploma se compone de 6 módulos + 1 proyecto integrador.**

**Días y horarios de las clases sincrónicas a distancia:** martes y jueves, de 19 a 20.30hs.

**Encuentros Presenciales:** sábado 11 de abril, Campus Salto | sábado 10 de octubre, Campus Punta del Este (media jornada cada día).

**Fecha de inicio:** martes 7 de abril

**Fecha de finalización:** martes 15 de octubre

En la actualidad, profesionales y negocios necesitan comprender el ecosistema digital de manera estratégica y operativa para competir, crecer y sostenerse en un mercado cada vez más exigente. Este diploma surge de la necesidad explícita de formar talento capaz de integrar marketing, tecnología, automatización y análisis, superando la visión fragmentada que predomina actualmente.

**Objetivo de la capacitación:**

Brindar una formación integral, práctica y actualizada en marketing digital, que permita a los participantes comprender el ecosistema digital, diseñar estrategias efectivas, ejecutar acciones de comunicación y performance, implementar automatizaciones y

utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia, conversión y crecimiento de negocios y proyectos profesionales de manera integral.

### **Resultados esperados:**

Al finalizar el diploma, los participantes serán capaces de:

- Entender los fundamentos del marketing para analizar el contexto del negocio y proponer estrategias acordes a sus objetivos comerciales.
- Diseñar estrategias digitales basadas en análisis, objetivos y posicionamiento.
- Crear y gestionar contenido, campañas y embudos de conversión.
- Implementar herramientas esenciales de marketing digital, automatización, CRM e IA aplicada.
- Optimizar la presencia digital y el rendimiento de plataformas clave (web, SEO, SEM, redes sociales, WhatsApp Business).
- Interpretar métricas, tomar decisiones basadas en datos y gestionar proyectos digitales de manera ordenada y eficiente.
- Integrar canales, herramientas y procesos en un sistema digital coherente y escalable.

### **Metodología de enseñanza:**

La formación se desarrollará en 6 módulos mediante clases sincrónicas (81 horas totales) y complementadas con actividades asincrónicas (48 horas), incluyendo ejercicios, tareas prácticas y el proyecto final integrador.

El enfoque es teórico-práctico, con demostraciones, análisis de casos y aplicación directa en herramientas digitales. Cada módulo incluye entregables que permiten consolidar aprendizajes y avanzar en la construcción del sistema digital del participante.

### **Evaluación:**

- Asistencia mínima del 75%
- Evaluación continua: cada módulo contempla tareas y ejercicios asincrónicos.
- Proyecto Integrador Final, que deberá evidenciar la aplicación de los conocimientos y competencias adquiridas.
- Modalidad de aprobación: Aprobado / No Aprobado.

### **Contenido:**

**MÓDULO 1: Introducción al Marketing Digital, Estrategia y Planificación** (Semanas 1 a 4 | 8 clases). Docente: Augusto Bonet.

Contenidos semanales:

- Semana 1: Offline vs online, contexto del marketing mix, diagnóstico (FODA, competencia, oferta).
- Semana 2: Pilares estratégicos: propósito, propuesta de valor, cliente ideal, planificación de marketing.
- Semana 3: Ecosistema digital y de contenido: estructura, roles, objetivos, cuándo usar cada plataforma.
- Semana 4: Estrategias de comunicación y construcción del mapa de ruta digital.

**MÓDULO 2: Lenguaje de Comunicación, Storytelling y Redes Sociales** (Semanas 5 a 8 | 8 clases). Docente: Antonio Correa.

Contenidos semanales:

- Semana 5: Customer journey y teoría de embudos.
- Semana 6: Storytelling, principios de creación de contenido, formatos, narrativa digital.
- Semana 7: Social media orgánico: optimización, formatos, herramientas, KPIs.
- Semana 8: Meta Paid Media: configuración, pixel, estructura de campañas, performance.

**MÓDULO 3: Plataformas esenciales: WhatsApp Business, IA Aplicada y Automatización** (Semanas 9 a 12 | 8 clases). Docente: Antonio Correa.

Contenidos semanales:

- Semana 9: IA aplicada: ChatGPT, prompts, eficiencia y automatización de procesos.
- Semana 10: WhatsApp Business: configuración profesional, catálogos, integración y conversión.
- Semana 11: ManyChat: flujos conversacionales, captación, calificación, automatización.
- Semana 12: Pasarelas de pago y checkout: MercadoPago, Paganza, PayPal, Stripe; integración pago → automatización.

**MÓDULO 4: Email Marketing, Automatización y CRM** (Semanas 13 a 16 | 8 clases).

Contenidos semanales:

- Semana 13: Email marketing y lead magnets.
- Semana 14: Segmentación y automatizaciones: clasificación, flujos esenciales.
- Semana 15: CRM y ciclo del cliente: pipeline, seguimiento, métricas.
- Semana 16: Herramientas y plataformas + uso de IA para redacción y automatización.

**MÓDULO 5: Web, SEO, SEM, ECommerce y Herramientas Google** (Semanas 17 a 21 | 10 clases). Docente: Valeria Gauna.

Contenidos semanales:

- Semana 17: Web y landing pages: mejores prácticas, estructura y fundamentos de UX/UI.
- Semana 18: SEO: fundamentos, keywords, intención de búsqueda, optimización.
- Semana 19: Herramientas Google: Analytics, Search Console, Google My Business.
- Semana 20: SEM: campañas, formatos, mejores prácticas, YouTube Ads.
- Semana 21: Ecommerce

**MÓDULO 6: Integración, Medición y Optimización Estratégica** (Semanas 22 a 27 | 12 clases). Docente: Valeria Gauna.

Contenidos semanales:

- Semana 22: Integración del ecosistema digital con el plan y objetivos del negocio.
- Semana 23: Priorización de acciones: modelo operativo y toma de decisiones.
- Semana 24: Métricas clave por plataforma: interpretación, análisis.
- Semana 25: Dashboards básicos y análisis integrado de performance.
- Semana 26: Optimización: A/B testing, mejora continua, iteración.
- Semana 27: Presentación del proyecto final integrado.

**Equipo docente**

Claudia Cafferatta (coordinadora académica): Especialista en marketing estratégico, comunicación y marca personal, con más de 15 años trabajando con marcas globales (Procter & Gamble), con amplia experiencia en dirección, consultoría y docencia. Acompaña a profesionales y organizaciones en procesos de posicionamiento y transformación digital.

Augusto Bonet: Profesional en Estrategia y Comunicación con experiencia en modelos de negocio, posicionamiento y gestión comercial. Docente UCU y miembro del Observatorio Económico. Founding Curator de Global Shapers Salto, con foco en articulación y desarrollo regional.

Antonio Correa: Licenciado y analista en Marketing, experto en estrategias online y offline. Asesor de empresas en posicionamiento, comunicación y conversión. Docente en UCU, integra práctica profesional y pensamiento estratégico para proyectos reales.

Valeria Gauna: Especialista en e-commerce, marketing digital y business intelligence. Experta en Google Ads, optimización de campañas, mobile marketing y ASO. Combina visión estratégica y ejecución orientada a resultados en entornos digitales.

**Costo total: \$46.000 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 consultar. Consultar por convenios con otras instituciones.

**Bibliografía básica:**

- Kotler, P. & Armstrong, G. Principios de Marketing.
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing.
- Baer, J. Hug Your Haters.
- Miller, D. Building a StoryBrand.

**Bibliografía aplicada / recursos digitales:**

- Meta Blueprint (Meta for Business)
- Google Skillshop (Analytics, Ads, My Business)
- HubSpot Academy (CRM, Content, Email Marketing)
- ManyChat Academy
- OpenAI Resource Center, IA aplicada al marketing