



Marketing Digital – 2da edición

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.

Equipo docente / **Claudia Cafferatta**
Unidad académica / **Campus Punta del Este**
Referente académico / **Martín Natalevich**

// Modalidad

A distancia

// Carga horaria total

24 horas (18 síncronas + 8
asíncronas de trabajo
autónomo)

// Días y horarios

Lunes y miércoles, de 13:15
a 14:45hs.

// Fecha de Inicio

Lunes 11 de mayo

// Fecha de Finalización

Lunes 22 de junio

Marketing Digital – 2da edición

| 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.

| Resultados esperados

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.

| Contenidos

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 y Benchmarking

- Análisis interno y externo
- Creación de un FODA de aspectos digitales
- Análisis de competidores
- Uso de herramientas digitales y de IA para el análisis de competidores

Clase 3: Objetivos de Marketing digital

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

Clase 4: Público Objetivo y segmentación de audiencia

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

Marketing Digital – 2da edición

Clase 5: 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 6: 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 7: Meta Ads

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

Clase 8: SEO (Search Engine Optimization)

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

Clase 9: SEM (Search Engine Marketing) - Google Ads

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

Clase 10: Bots y Whatsapp Business

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

Clase 11: Email marketing

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

Clase 12: Medición de Resultados

- Recapitulando KPIs y Métricas
- Creación de Dashboards y Reportes

Marketing Digital – 2da edición

| Evaluación

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

| Equipo docente

Claudia Cafferatta

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.

| Costo total

\$8.500 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.