



Diplomado en Marketing Digital para Emprendedores

Modalidad híbrida.

Programa Académico

Modalidad:

Híbrida- Presencial / A distancia vía Microsoft TEAMS, sesiones 100% en vivo.

 **Horas:** 136 de formación teórico-práctica.

Objetivo general.

Formar especialistas en la mercadotecnia orientada a medios digitales con el fin de diseñar, desarrollar y ejecutar de manera eficiente las estrategias planteadas para los medios seleccionados. Además de proporcionar a los participantes, las habilidades, actitudes y herramientas para diseñar estrategias que permitan a la marca o empresa posicionarse en los primeros lugares de su industria.

Dirigido a:

- Profesionales que buscan actualización y conocer nuevas herramientas para el desarrollo en el marketing digital.
- Organizaciones que buscan el desarrollo de su mercadotecnia para sus servicios o productos.
- Estudiantes próximos a graduarse que desean conocer técnicas actuales en la industria que les permita desarrollarse profesionalmente.

Contenido temático detallado

Módulo 1: Introducción.

1. Búsqueda y manejo de datos.
2. Comunicación y colaboración.
3. Creación de Contenido Digital.
4. Salud y Seguridad Digital.

Módulo 2: Plataformas digitales y herramientas tecnológicas.

1. ¿Qué son y cómo funcionan?
2. Características y herramientas de las plataformas.

Módulo 3: Emprendimiento e innovación.

1. Modelos de negocios.
2. Design Thinking.
3. Indicadores clave KPI's.
4. Producto Mínimo Variable (PMV).
5. Modeo Canvas.
6. Estrategias de innovación.
7. Estrategia evolutiva.
8. Estrategia Mercado incremental.
9. Estrategia Eficiencia Operativa.
10. Disrupcion: Mercado Adyacente.
11. Disrupción: Nuevos modelos de negocio.

Contenido temático detallado

Módulo 4: Mercadotecnia integral.

1. Brand Marketing.
2. Segmentación de mercado y niveles socioeconómicos.
3. Psicología del consumidor.
4. Análisis de contenido: neuromarketing.
5. ATL: Marketing tradicional.
6. BTL. Marketing alternativo.
7. Marketing social.

Módulo 5: Branding.

1. Verbalización de la Marca.
2. Brief de la Marca.
3. Beneficios tangibles e intangibles.
4. Competencia directa, indirecta y motivacional.
5. Segmentación de mercado.
6. Neuromarketing como estrategia de comunicación.
7. UPS. Unique Selling Proposition de la marca.
8. Estrategia de innovación.
9. Naming de la marca.
10. Imagen de la marca.
11. Legal de la marca.
12. Benchmarking.
13. FODA de la marca: estrategias de ataque y posicionamiento.

Contenido temático detallado

Módulo 6: Content Marketing.

1. Base de datos.
2. ¿Cómo desarrollar una base de datos?
3. Segmentar a partir de:
4. Herramientas para la obtención de una base de datos.
5. Métricas para una base de datos.
6. CRM. Customer Relationship Management.
7. ¿Qué es un CRM y por qué es importante para la empresa?
8. Customer Intelligence.
9. ¿Qué es Content Marketing?
10. Top of Funnel TOFU.
11. Middle of the Funnel MIFU.
12. Bottom of the Funnel BOFU.
13. Herramientas para la generación de contenido.
14. NSE. Niveles socioeconómicos.
15. Leads.

Contenido temático detallado

Módulo 7: Web Site.

1. Ideación de una web.
2. Diseño visual.
3. Sistema de plantillas.
4. Desarrollo frontend.
5. Interacción web.
6. Publicación de una web.

Módulo 8: Google. Estrategias de posicionamiento SEO y SEA.

- Introducción al posicionamiento en Google
- Fundamentos de SEO
- Fundamentos de SEA (SEM)
- Creación de un plan de marketing digital con SEO y SEA.

Módulo 9: Social Media Estratégico

1. ¿Página o perfil?
2. Factores clave del éxito en las redes sociales
 - Facebook
 - Instagram
 - LinkedIn
 - Twitter
 - Tik Tok
3. Auditoría Social Media

Contenido temático detallado

4. Estrategias Social Media.
5. Marketing de contenidos aplicado a social media.
6. Eventos y social media.
7. Gestión de la reputación digital.
8. Gestión de crisis en Social Media.
9. Atención al cliente en Social Media.
10. Regulación General de Protección de Datos.
11. Estrategia de Pautas y su Administración.
12. Reportes y Analíticas.

Módulo 10: Movil y App Movil.

1. Estrategias iniciales.
2. App Marketing.
3. Movil Marketing.

Módulo 11: E-Commerce. Estrategias Iniciales.

1. Modelos de comercio electrónico.
2. El futuro de los negocios digitales.
3. Creación de una tienda online: Catálogo.
4. Hosting y medios de pago.
5. Herramientas para eCommerce.



Contenido temático detallado

6. Procesos y atención al cliente.
7. Planeación de una estrategia de negocios de e-Commerce.
8. Comunicación y publicidad digital para e-Commerce: Social Commerce
9. Proyecto de tienda On-Line.
10. Aspectos legales.

Módulo 12: Estrategia final de Marketing digital.

1. Estrategias iniciales.
2. Definición de metas y objetivos.
3. Establecimiento del público destinatario.
4. Detección de indicadores clave de rendimiento.
5. Creación de marco de tiempo o cronograma de acciones.
6. Estrategias secundarias.
7. Definición de objetivos.
8. Establecimiento de detalle de metas de retorno de inversión.
9. Detalle de inversión de marketing digital.
10. Investigación y análisis de competencias.
11. Planeación del recorrido del cliente.
12. Supervisión y seguimiento de forma periódica.
13. Medición de los resultados.



Curso sobre desarrollo de presentaciones de estrategia y resultados.

Al finalizar el programa, el alumno deberá realizar la **presentación de su proyecto final aplicando todas las estrategias** vistas durante el diplomado.

- Presentación de proyecto final aplicado y evaluación.
- Presentación de estrategia final de Marketing digital aplicado.
- Retroalimentación por experto y especialista.



Catedráticos:

Lic. Misael López Uribe

Fundador y Director General de Unus Brand Marketing, cuenta con más de 20 años de experiencia: Especialidades en Branding, Emotional Branding, Comunicación de la Identidad e Imagen Corporativa, Diseño Gráfico, Publicidad y Marketing.

Catedrático en las carreras de Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia, además de Diplomados y Maestría en diferentes Universidades del Sureste de México.

Conferencista en temas de Marcas, Comunicación Corporativa, Branding, Brand Marketing, Diseño Gráfico y Creatividad.



Catedráticos:

Dr. Javier Pons

Doctorado en Proyectos con Especialidad en Comunicación Universidad Internacional Iberoamericana: Maestro en Marketing digital; **especialista en Docencia Superior** por la Universidad La Salle y Diseñador Gráfico por la misma institución.

Cuenta con más de **27 años de experiencia**, actualmente es socio y Gerente de Marketing y Comunicaciones en Sinc, Grupo Consultor, siendo sus áreas de expertise el management, diseño de modelos de negocio, publicidad, diseño centrado en el usuario y gestión estratégica de marcas.

Lic. Marco Antonio Mondragón Suárez

Empresario, Mercadólogo **especializado en publicidad y relaciones públicas**. Actualmente **Director en Ideas Creative Mkt**, agencia creativa digital de 2010 a la fecha.. Asesor en campañas de Mkt político en la parte de imagen, mensaje y logística. Coordinador de Social Media en el Foro Nacional de Turismo.

Proceso de Inscripción:

1. Enviar la solicitud de inscripción proporcionando todos sus datos con la que le asignaremos un número de matrícula.
2. Realizar su pago con el número de matrícula asignado y enviar el comprobante.
3. Las únicas formas de pago son las descritas a continuación:

Opciones de pago:

- ✓ Pago en línea
- ✓ Ficha Referenciada (TIP)
- ✓ Transferencia Bancaria

- ✓ Opciones a 6 meses sin intereses

***Nos reservamos el derecho de suspender, cancelar o posponer un curso, si no se reúne el cupo mínimo.**