

DIPLOMADO EN MARKETING
DIGITAL ESTRATÉGICO,
REDES SOCIALES E INTELIGENCIA
ARTIFICIAL APLICADA
EN LÍNEA
(96 horas)

Objetivo:

- Brindar conocimientos para implementar estrategias avanzadas de marketing digital integral que impulsen el incremento de ventas a través de canales digitales.

Dirigido a:

- Emprendedores de nuevas marcas o empresas consolidadas que ya han integrado el marketing digital a sus estrategias y desean acelerar la conversión y el crecimiento de ventas.
- Profesionales de marketing que necesitan incorporar estrategias avanzadas de marketing digital.
- Ejecutivos de marketing digital que buscan ampliar su conocimiento especializado en el área.
- Colaboradores de agencias de publicidad y marketing digital que quieren fortalecer y formalizar su conocimiento empírico.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital con validez curricular y tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 60 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos y habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Diseñar una estrategia de marketing digital adaptada a las necesidades específicas del negocio.



Comprender el funcionamiento de los elementos clave del ecosistema digital.



Desarrollar un plan estratégico de marketing digital multicanal.



MÓDULOS

01 Ecosistema digital, estrategia comercial y estructura de la IA integrada al marketing digital

1. Estrategia comercial del negocio
¿Qué es y cómo se define?
2. Objetivos digitales y su relación con la estrategia comercial
3. Momentos digitales, diferencia entre una estrategia *ongoing* y una campaña
4. Elementos del ecosistema digital, descripción inicial de cada uno de ellos, redes sociales, SEO, SEM, *Display*, blogs, *web pages*, marketing de influencia, *programmatic*, apps, *e-mail marketing*, etc.
5. Toma de decisiones sobre elementos del ecosistema digital y proceso para crear un ecosistema digital saludable paso a paso: cuándo es correcto utilizar cada uno de sus elementos y por qué
6. Introducción a la IA como amplificador de tu estrategia de marketing: tipos de IA, enfoques y definición de *approach* para el diplomado
7. *Consumer Journey* en la era digital y creación de *buyer persona* con IA
8. La página web como elemento central del ecosistema digital e involucramiento del *eCommerce*, micrositios, *landing pages* y blogs
9. *Hostings* vs dominio, construcción, *Do's* y *Dont's*
10. Estrategia de sitios web
11. Herramientas de IA que ayudan a la construcción de sitios web

02 Estrategia e implementación de SEO / SEM, Display. Primeros elementos del ecosistema digital

1. Definición e importancia de SEO (*Search Engine Optimization*)
 - a. Conceptos breves: *Google bot*, indexación, *on-page*, *off-page*
 - b. Estrategia de *keywords*: cómo encontrar las palabras más relevantes para el negocio con diferentes estrategias y dónde integrarlas
 - c. Uso de herramientas de IA como Google Gemini o *ChatGPT* para identificar *keywords* de alta relevancia y analizar la intención de búsqueda
 - d. Integración práctica de elementos *on-page* sobre plataformas como WordPress, Wix y similares
 - e. Elementos de codificación *heading tags on-page* con HTML
 - f. Elementos más importantes *off-page* y como integrarlos al sitio web
 - g. Concepto y consejos para generar *link building*
 - h. *Do's* y *Dont's* de la estrategia SEO
 - i. Aplicación de IA para sugerencias de optimización *on-page* basadas en análisis de competencia y tendencias
2. Definición e importancia de SEM (*Search Engine Marketing*)
 - a. Diseño estratégico de estructura de una campaña. Uso de IA para generar sugerencias automáticas de segmentación y estructura de campañas basadas en análisis históricos
 - b. Implementación de la estructura de campaña directamente en Google Ads, revisión de la herramienta. Uso de IA para redacción de anuncios enfocados en venta
 - c. *Keyword Planner*
 - d. *Do's* y *Dont's*
3. Definición e importancia del Display (banners o publicidad en sitios web)
 - a. Concepto de Google Display Network
 - b. Métricas relevantes en *display*
 - c. *Best practices*
 - d. Implementación de campaña en herramienta Google Ads y revisión detallada de la herramienta, tips, trucos y aplicación de IA para optimizar el diseño y segmentación de campañas *display*, mejorando efectividad
4. Introducción a Google Analytics. ¿Qué es? Y ¿cómo se usa?
 - a. Creación de perfil en Google Analytics
 - b. Integración a sitios web
 - c. Revisión de los apartados más importantes de esta herramienta

03 Uso de las redes sociales para la venta y comunicación digital, estrategia, publicidad pagada e integración de IA en la generación de contenidos

1. Introducción a las redes sociales
2. Psicología del contenido con enfoque en venta y conversión
3. Paso a paso para la correcta creación de contenidos para vender
4. Herramientas para creación y programación de contenidos
5. Uso de IA para generar ideas de contenido basadas en tendencias actuales y análisis de la audiencia
6. Redacción de contenido (imágenes y texto) a través de IA
7. Facebook a detalle: funcionamiento, métricas, estrategia y publicidad
 - a) Publicidad en Facebook e implementación de campaña
 - b) Pixel de conversión, audiencias y *look alike*
 - c) *Tagging* y eventos en sitios web
 - d) Estrategia de *retargeting*
 - e) Integración de IA en segmentación
8. Instagram a detalle: funcionamiento, métricas, estrategia y publicidad
 - a) Perfil empresarial
 - b) Contenido orgánico
 - c) Publicidad en Instagram e implementación de campaña
 - d) Optimización de campañas
 - e) Cómo hacer una tienda en Instagram
 - f) Uso de IA para generar ideas de contenido basadas en tendencias actuales y análisis de la audiencia
 - g) Redacción de contenido (imágenes y texto) a través de IA

04 Estrategia en redes sociales complementarias

1. Selección de las redes sociales adecuadas para tu enfoque
2. de empresa X a detalle (antes Twitter): funcionamiento, métricas, estrategia
3. y publicidad
 - a) Sugerencias de contenido orgánico
 - b) Algoritmo, hashtags y tendencias
 - c) Uso de IA para identificar tendencias y *hashtags* relevantes, optimizando el alcance del contenido
 - d) *Twitter Ads* e implementación de campaña
 - e) Uso de IA para generar ideas de contenido basadas en tendencias actuales y análisis de la audiencia
 - f) Redacción de contenido (imágenes y texto) a través de IA
3. YouTube a detalle: funcionamiento, métricas, estrategia y publicidad
 - a) Sugerencias de contenido orgánico
 - b) Formatos publicitarios e implementación de campaña
 - c) Uso de IA para generar ideas de contenido basadas en tendencias actuales y análisis de la audiencia
 - d) Redacción de contenido (imágenes y texto) a través de IA
 - e) *Best practices*
4. Redes sociales alternas y su integración a la estrategia digital: TikTok, LinkedIn, Pinterest
5. Errores tácticos en la comunicación digital (ejemplos)

05 Inversión publicitaria y métricas en el ecosistema digital: cómo leer los resultados de tu actividad digital

1. Definición de concepto de conversión digital y punto de conversión
2. Creación de una estrategia eficiente de conversión
3. Análisis nivel por nivel del *funnel* de conversión y cómo lograr que los clientes vayan del inicio a fin generando ventas
4. Métricas digitales: cómo medir las campañas y cuándo hacer ajustes para tener mayor éxito
5. ¿Cuánto invertir para vender en digital? Definición a través del análisis de *funnel* inverso
6. Modelos de atribución
7. Uso de IA para optimizar el análisis de resultados y puntos de conversión clave para detectar oportunidades de mejora

06 Elementos para complementar mi estrategia digital

1. Definición de concepto de aplicaciones móviles y su rol en el ecosistema digital (*apps*)
2. Email marketing: estrategia para acabar con las malas prácticas
 - a) Estrategia de automatización con práctica
3. Marketing de influencia
 - a) Ética en el uso de influencers
 - b) Mejores prácticas y metodologías
4. Creatividad, inspiración e insights en el ecosistema digital
5. IA como apoyo para generar ideas creativas y descubrir *insights* basados en tendencias del mercado
6. Uso de blog como herramienta de venta
7. Generación de contenido optimizado mediante herramientas de IA, adaptado a las preferencias de la audiencia
8. Introducción a la automatización de marketing
WhatsApp Business
9. Planeación en marketing digital,
10. poniendo en práctica todo lo aprendido
11. Brief de marketing
12. Futuro de la inteligencia artificial y su integración con las decisiones del marketing digital

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Estudia a tu ritmo. Consulta todas las sesiones grabadas en el horario que más te convenga.

Soporte técnico. Cuentas con atención técnica en todo momento para ayudarte a solucionar cualquier problema que se presente.

Asesoría y acompañamiento. Tienes un tutor que te brindará apoyo a través de enlaces en vivo, chat o WhatsApp para resolver cualquier duda.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx