

A central black circle contains the text 'MARKETING DIGITAL (CURSO)'. Surrounding it are various colorful, abstract shapes in shades of blue, pink, and teal, some with patterns like stripes or polka dots. Social media icons for LinkedIn, Facebook, YouTube, Instagram, and Twitter are scattered around the graphic.

MARKETING  
DIGITAL

(CURSO)

DURACIÓN:  
40 HORAS

INICIO:  
24 DE MARZO 2018

HORARIO:  
SÁBADOS 10AM A 2PM

INFORMES:  
56 22 94 70 EXT. 1048



INFORMES EN  
INE7ABLE



# Curso de Marketing Digital

**Curso de Marketing Digital**  
**Sábados de las 10:00 a las 14:00 horas**  
**FCPyS**

**Inicio:** 24 de marzo de 2018.

**Duración:** El curso tiene una duración de 40 horas de trabajo.

**Imparten:** Mtro. Miguel Ixta y Mtro. Héctor Ortega Zapata

El Marketing es una disciplina en constante evolución. Actualmente, gracias al impulso de la tecnología y el desarrollo económico-social, las estrategias de mercadeo se han vuelto más dinámicas, pero al mismo tiempo más inciertas.

El consumidor tradicional ha cambiado de manera acelerada en la última década; de la mano del Internet y los dispositivos móviles, está modificando sus decisiones de compra. Ante esta realidad, las empresas e instituciones se enfrentan al reto constante de identificar los deseos y motivaciones de este cliente, que se mueve en un espacio donde convive lo físico con lo digital, pero que cada vez se ve más influenciado por las ventajas y el fácil acceso que implica la conectividad.

Hoy los consumidores (o usuarios en la red) no sólo realizan compras electrónicas; también se informan, comunican y exigen a las marcas con mayor celeridad que nunca antes. El desarrollo del Marketing digital impulsa a las empresas, instituciones y personas a implementar nuevas formas de interacción y comunicación con sus públicos. Pero también las compromete a invertir en mayores y mejores recursos tecnológicos, para conocer a sus audiencias y ofrecerles justo lo que ellas necesitan, en el momento y espacio que lo demandan.

Hoy las empresas ya no sólo compiten en un ambiente físico, también lo hacen desde los nuevos espacios virtuales, en donde las fronteras se borran y surge un comercio más dinámico y agresivo. Comprender esta nueva dinámica es sin duda el reto de empresarios, mercadólogos, publicistas, diseñadores y todo aquel profesionalista relacionado con el mundo de las ventas.





# Curso de Marketing Digital

## Objetivos del curso:

- Generar en los participantes el conocimiento fundamental para comprender el impacto del Marketing digital.
- Dotar a los participantes de los conceptos y estrategias fundamentales del Marketing digital.

## Dirigido a:

Estudiantes de publicidad, marketing, community managers, profesionistas y público en general que desean conocer y desarrollar estrategias de Marketing digital.

## Duración:

40 hrs. (10 sesiones de 4 horas cada una).

## Evaluación:

- Asistencia
- Participación en clase
- Ejercicios en clase
- Proyecto final\*

\*El proyecto final comprende el desarrollo de un Plan de Marketing digital para un producto o servicio en el mercado.

En cada uno de los módulos, los participantes irán aprendiendo los conceptos y estrategias que permitirán proponer una estrategia viable para la marca elegida. Al final del curso, los participantes entregarán su proyecto.





# Curso de Marketing Digital

## Temario:

### Módulo 1 El ambiente digital

**Objetivo del módulo:** Comprender el impacto de los nuevos recursos tecnológicos en el marketing moderno y el papel del consumidor (usuario) actual.

**Actividad del módulo:** Describir el digital customer journey, con base en la elección (o selección) de un producto o servicio (con este mismo se trabajará a lo largo del curso).

**Horas:** 8

### Temas:

- Lo que es y lo que no es el Marketing digital.
- Internet, el mundo y México.
- El mercado digital en México (tendencias de Internet y uso de dispositivos móviles).
- Medios tradicionales vs digitales.
- Medios digitales (características y clasificación: tradicionales en línea, nativos y sociales).
- El consumidor 2.0 (hábitos y necesidades).
- Tipologías de usuario.
- Digital customer journey.





# Curso de Marketing Digital

## Módulo 2. Medios y redes sociales

**Objetivo del módulo:** Conocer diversos medios sociales digitales y reconocer sus características, ventajas y desventajas, para el diseño una estrategia efectiva.

**Actividad del módulo:** Elegir el o los medios sociales para la implementación de la estrategia digital, en función de los usos y hábitos del target descrito en el módulo 1.

**Horas:** 8

### Temas:

- Mundo y comunidad virtual (características, tipos de lenguaje y contenido, horarios y públicos).
- Blog, Microblog y Videoblog.
- Redes sociales (clasificación).
- Importancia y estadísticas del uso de Redes sociales.
- Facebook.
- Twitter.
- Instagram.
- LinkedIn.
- YouTube.
- Integración de medios y redes sociales.



# Curso de Marketing Digital

## Módulo 3. Planeación de la estrategia digital

**Objetivo del módulo:** Comprender los conceptos básicos para realizar una estrategia de marketing digital.

**Actividad del módulo:** Diseñar un plan y brief de marketing digital (para el producto o servicio elegido en el módulo 1).

**Horas:** 8

### Temas:

- Las 4ps en el Marketing digital.
- Segmentación, Target y Posicionamiento digital.
- Comunicación digital: publicidad (tipos y formatos), promoción de ventas, mercadotecnia directa, relaciones públicas, venta directa.
- Plan de Marketing digital (definición de estrategias).
- Líneas creativas.
- Brief para medios digitales (briefing y contrabriefing).

## Módulo 4. Plan de Medios Online

**Objetivo del módulo:** Conocer las diferentes categorías que puede comprender un plan de medios en Internet.

**Actividad del módulo:** Diseñar un plan de medios online, con presupuesto tentativo.

**Horas:** 8

### Temas:

- Plan de medios digital.
- Estrategias y conceptos básicos: SEO, SEM, Native Advertising, Redes Sociales, Programmatic Advertising, Publicidad en sitios de contenido, Email Marketing y Marketing Automation.
- Presupuesto de medios.
- CRM (Customer Relationship Management)





# Curso de Marketing Digital

## Módulo 5. Métricas digitales

**Objetivo del módulo:** Conocer los distintos indicadores de desempeño y efectividad utilizados en ambientes digitales.

**Actividad del módulo:** Establecer un sistema de medición y control de la estrategia digital.

**Horas:** 8

### Temas:

- KPIs, características (SMART: Specific, Measurable, Attainable, Relevant, Time bound).
- Métricas básicas: CTR (Click Trough Rate), impresiones, visitas, usuarios únicos, vistas, post view, post click, seguidores y suscriptores.
- Métricas avanzadas (interacciones, tiempo, descarga, contenido compartido, comentarios, búsquedas, registros, solicitudes, conversiones).



# Curso de Marketing Digital

## Plan de Marketing Digital

### 1. Brief de marca

- Empresa
- Marca
- Producto
- Competencia (directa e indirecta)
- Ventajas competitivas
- FODA
- Identificación del problema
- Objetivo general
- Target
  - Customer Digital Journey
  - Rentabilidad y potencial de crecimiento del target
- Segmentación
  - Demográfica
  - Psicográfica (estilo de vida)
  - Conductual
- Posicionamiento
  - Actual
  - Esperado

### 2. Medios digitales

- Tipo de campaña
- Selección
- Justificación

### 3. Plan de medios on line.

- Objetivos
- Alcance
- Temporalidad
- Calendarización
- Presupuesto
- Estrategia

### 4. Evaluación y control

- Métricas de desempeño





# Curso de Marketing Digital

## Profesores

### Miguel Ixta

Doctor en Estudios Transdisciplinarios de la Cultura y la Comunicación, Maestro en Publicidad y Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Cuenta con un diplomado en Ciencia y Neurociencia para el Arte y el Diseño, y otro en Estrategias Efectivas en Ventas.

Es docente a nivel maestría y licenciatura, y ha trabajado para el Centro Universitario de Comunicación e ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura. A su vez, también se desempeña como consultor independiente en las áreas de Mercadotecnia, Comunicación y Publicidad, y está enfocado al estudio de los medios digitales y el uso de las nuevas tecnologías.

### Héctor Ortega:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Especialista en Mercadotecnia y en Comunicación Política. Actualmente es docente en las universidades UNAM, Panamericana, Londres y Centro Universitario de Comunicación.

También imparte en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales los cursos “Marca Personal” y el módulo “Imagen Profesional y Protocolo” del Diplomado en Administración de la Imagen Personal e Institucional.

