



CURSO DE **Marketing Digital Estratégico**

**Pensá como estratega, actuá como marketer:
llevá tus ideas al mundo digital.**



Duración: 17 horas.

Días y horarios:

Del 29 de septiembre al 20 de octubre de 2025.

Lunes de 19.00 a 21.00 Hs y Jueves de 19.00 a 22.00 Hs.

Modalidad: Virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$20.000.-

+ 1 pago de \$80.000.-

Comunidad UAI:

Matrícula: \$20.000.-

+ 1 pago de \$60.000.-

Dirigido a:

- Profesionales de marketing y comunicación que deseen actualizarse en estrategias digitales.
- Emprendedores y dueños de negocios que buscan mejorar su presencia online y aumentar ventas.
- Estudiantes de carreras afines (marketing, publicidad, comunicación, diseño digital).
- Freelancers y consultores que gestionan campañas digitales para múltiples clientes.
- Responsables de redes sociales o ecommerce dentro de pymes o instituciones.
- Equipos de ventas o atención al cliente que necesiten integrar herramientas digitales a su trabajo.

Objetivos:

- Comprender la evolución del marketing digital y su impacto en las estrategias actuales de comunicación y ventas.
- Diseñar embudos de conversión efectivos, mejorando la experiencia del usuario en cada etapa.
- Aplicar técnicas de SEO y SEM adaptadas al entorno de redes sociales y motores de búsqueda.
- Integrar herramientas de automatización y CRM para optimizar la gestión de leads y clientes.
- Implementar acciones de marketing ético y responsable, promoviendo prácticas transparentes y sostenibles.
- Medir y analizar KPIs relevantes, evaluando el rendimiento de campañas digitales para una mejora continua.

Evaluación: Actividades prácticas (trabajo con devolución oral).

Enfoque general:

El curso propone un recorrido completo por los pilares del Marketing Digital Estratégico, combinando teoría actualizada con herramientas prácticas aplicables a campañas reales. Está diseñada para brindar una comprensión profunda del ecosistema digital, desde la generación de contenido hasta la automatización y medición de resultados. Se trabajarán conceptos como embudos de conversión, posicionamiento SEO/SEM, uso de influencers y análisis de KPIs. El enfoque es participativo y orientado a la toma de decisiones estratégicas basadas en datos. Cada encuentro incluye ejemplos concretos, recursos digitales y ejercicios de aplicación. Está dirigida a quienes buscan profesionalizar su rol en marketing y comunicación digital.

Calendario de clases:

29.09 - Introducción al marketing digital y su evolución

¿Qué es el marketing digital? Diferencias con el marketing tradicional.
Principales hitos en la evolución del marketing digital.
Cambios en el comportamiento del consumidor online.
Rol estratégico del marketing digital en la comunicación de marcas.

02.10 - Funnel de conversión y experiencia del usuario

¿Qué es un embudo de conversión? Etapas: atracción, interés, deseo, acción (AIDA).
Cómo diseñar estrategias para cada etapa del recorrido del cliente.
Casos de optimización de experiencias y puntos de contacto clave.
Herramientas para mapear la experiencia del usuario.

06.10 - SEO vs SEM aplicado a redes

Definición y diferencias entre SEO (orgánico) y SEM (pago).
Cómo mejorar la visibilidad en buscadores y plataformas sociales.
Algoritmos y posicionamiento en redes sociales: Instagram, TikTok, YouTube.
Introducción a Google Ads y Meta Ads.
Palabras clave y segmentación de audiencias.

09.10 - Automatización y CRM para redes sociales

¿Qué es la automatización en marketing digital?
Herramientas para automatizar respuestas, publicaciones y correos.
Ejemplos de flujos automatizados y segmentación de contactos.
Plataformas recomendadas: HubSpot, Mailchimp, Zoho, ManyChat.

13.10 - Marketing ético y responsable

Principios del marketing ético: transparencia, respeto, autenticidad.
Buenas prácticas en la recolección y uso de datos.
Inclusión, diversidad y accesibilidad en campañas digitales.
Riesgos del greenwashing y fake engagement.

16.10 - Influencers y marketing de afiliación

¿Qué es el marketing de influencers?
Cómo identificar, contactar y colaborar con creadores de contenido.
Métricas clave en campañas con influencers.
Qué es el marketing de afiliación y cómo funciona.

20.10 - KPIs y medición de resultados

Qué son los KPIs (Key Performance Indicators) y su rol en la estrategia digital.
KPIs según objetivo: visibilidad, engagement, conversión, fidelización.
Herramientas de analítica: Google Analytics, Meta Insights, Metricool.
Interpretación de datos y mejora continua a partir de resultados.

Director:

José Abel Lemos. Magister en Comunicación Digital.

Magister en Comunicación Digital por la Universidad de Andalucía España. Doctorando en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Licenciado en Periodismo Universidad Nacional de Lomas de Zamora, y tengo un Posgrado en Community Manager por la Universidad de Belgrano (UB). Actualmente se desempeña como docente en materias de UAI la Lic. en Videojuegos, la Lic. Tecnología Informática y Maestría en Tecnología Educativa.

