

Modalidad **HÍBRIDA**



CURSO DE

Digital Real Estate Agent

-DREA-

"Integración estratégica de herramientas digitales e inteligencia artificial para el mercado inmobiliario"



+54 9 11 21823616

Duración:

57 horas (39 hs. reloj clases + 18 hs. reloj clases consulta).

Días y horarios (*):

Del 3 de marzo al 2 de junio. Martes de 14:00 a 17:00 hs.

Calendario:

Marzo	3	10	17	31
Abril	7	14	21	28
Mayo	5	12	19	26
Junio	2			

Modalidad:

Presencial en Localización Roca. Av. Pellegrini 1620 – Rosario

Aranceles (*):

Matrícula: \$40000.

Externos: Contado \$621000 ó 3 cuotas de \$230000.

Comunidad UAI: Contado \$432000 ó 3 cuotas de \$160000.

Miembros Colegios de Corredores / Martilleros / Abogados, Cámara Argentina de la Construcción,

Asociación Empresarios de la Vivienda: Contado \$528000 ó 3 cuotas de \$195500

(*) En caso de elegir la opción de pago al contado, deberá avisarnos al momento de abonar la matrícula, o dentro del primer mes de cursado a uai.extensionrosario@uai.edu.ar ó al WhatsApp: +54 9 11 2182-3616. Transcurrido ese período la opción ya no será válida y deberá pagar obligatoriamente las cuotas mensuales según el valor establecido en cada capacitación

Dirigido a:

Desarrolladores inmobiliarios, corredores inmobiliarios, idóneos del sector inmobiliario y graduados y estudiantes de carreras afines y toda persona interesada en la temática.

Objetivos:

Que el alumno sea capaz de:

- Comprender los principios fundamentales del marketing digital y su aplicación en el sector inmobiliario.
- Analizar críticamente las herramientas y estrategias digitales disponibles para la promoción y comercialización de propiedades.
- Integrar el uso de tecnologías digitales avanzadas, como la inteligencia artificial, para mejorar la eficiencia y la efectividad en la gestión inmobiliaria.
- Desarrollar habilidades para la adaptación e innovación en un entorno digital en constante evolución.

Enfoque general:

Este curso es la puerta de entrada para dar el salto de lo analógico a lo digital en el mundo del real estate. Quienes participen aprenderán, de forma práctica y sencilla, cómo incorporar herramientas digitales en su negocio inmobiliario. Durante la formación, trabajarán en su propio plan de marketing para comercializar propiedades online, desde la creación de contenido hasta la gestión de clientes de manera eficiente.

A través de esta certificación se logrará agilizar procesos diarios, atraer más clientes potenciales con estrategias digitales bien definidas, y mejorar la comunicación con clientes actuales de manera más efectiva. Además, se logrará optimizar tiempo al automatizar tareas rutinarias y tomar decisiones informadas gracias al análisis de datos.

Con grupos reducidos y clases presenciales, se ofrece la oportunidad de aplicar lo aprendido en tiempo real, utilizando su propia notebook y con el apoyo personalizado de expertos en cada área abordada durante el cursado.

DREA responde a la creciente necesidad de contar con agentes inmobiliarios que no solo conozcan el mercado, sino que también dominen las herramientas digitales y de inteligencia artificial. La industria inmobiliaria ha cambiado radicalmente en los últimos años, y cada vez más, los clientes buscan propiedades y servicios en línea. “Estar presente donde están los clientes es fundamental”, señala Daniela Werkalec, corredora inmobiliaria y experta en marketing digital.

Contenidos:

MÓDULO 1: NIVELACIÓN

- Instancia de nivelación.

Nociones necesarias para el abordaje de los contenidos de DREA referidos a ecosistema digital, CANVA y redes sociales.

MÓDULO 2: HERRAMIENTAS PARA TASACIÓN Y CAPTACIÓN DE PROPIEDADES

Asignaturas:

- Fotografía digital Inmobiliaria

Principios fundamentales de la fotografía digital aplicados al sector inmobiliario. Técnicas de iluminación, cuadro y composición para resaltar propiedades. Uso de herramientas de edición digital para optimizar imágenes. Estrategias para la presentación visual de inmuebles en plataformas digitales y redes sociales.

- Video Inmobiliario

Conceptos clave de videos aplicados al sector inmobiliario para potenciar la presentación de propiedades. Técnicas de grabación, cuadro y edición de videos atractivos. Herramientas digitales para la postproducción y mejora de calidad. Estrategias y video marketing para captar la atención de potenciales compradores.

- Captación de propiedades.

Desarrollo de técnicas para recopilar y analizar datos relevantes. Herramientas para la toma de decisiones informadas en el ámbito inmobiliario. Análisis comparativo inmobiliario digital. Técnicas para el análisis de propiedades mediante comparables online, utilizando herramientas digitales. Generación de informes de tasación mediante el uso de herramientas digitales (estructuración y diseño de informes profesionales integrando elementos visuales y utilizando plantillas prediseñadas).

MÓDULO 3: REDES SOCIALES Y CAMPAÑAS

Asignaturas:

- Redes sociales

Estrategias de contenido y gestión profesional de redes sociales aplicadas al mercado inmobiliario. Creación de publicaciones efectivas, interacción con la audiencia y construcción de comunidad. Uso de herramientas de automatización e inteligencia artificial para optimizar tiempos y resultados. Análisis de métricas clave para mejorar el alcance y la conversión.

- Publicidad digital

Diseño y ejecución de campañas publicitarias en plataformas digitales. Segmentación de audiencias y estrategias de remarketing para maximizar la captación de leads. Optimización de anuncios a través del análisis de datos y herramientas de IA. Creación de estrategias de inversión eficientes para potenciar la visibilidad y conversión en el sector inmobiliario.

MÓDULO 4: SISTEMA INTEGRAL DE VENTAS INMOBILIARIAS

Asignaturas:

- WhatsApp y Embudo de Ventas

Uso estratégico de plataformas de mensajería como herramienta comercial para inmobiliarias, optimizando automatizaciones, catálogos, respuestas programadas y flujos de captación dentro de un embudo de ventas eficaz.

- Sistema de ventas inmobiliario: IA aplicada al Sistema de Ventas

Integración de herramientas de IA al proceso comercial inmobiliario, abordando el uso estratégico de modelos conversacionales, prompts especializados y tecnologías de creación de imágenes y videos para potenciar la comunicación y la venta.

- Sistema de Ventas: CRM

Uso estratégico de CRM en procesos comerciales, profundizando en la gestión de leads, el seguimiento de clientes y la automatización mediante la herramienta Kommo.

- Sistema de adquisición de clientes inmobiliarios

El SIAC como sistema integral de ventas inmobiliarias, articulando gestión de contactos, estrategia de embudos y uso de contenidos e IA para escalar la adquisición y el desarrollo de clientes.

Evaluación:

INSTANCIAS EVALUATIVAS PARCIALES

Se llevarán a cabo instancias evaluativas parciales que servirán como instancias de evaluación de los conocimientos adquiridos.

Estas instancias estarán diseñadas para evaluar la comprensión y aplicación de los conceptos teóricos y prácticos abordados en las distintas asignaturas del programa.

Las evaluaciones brindarán la oportunidad a los participantes de demostrar su progreso y desarrollo a lo largo del curso, así como de recibir retroalimentación para continuar fortaleciendo sus habilidades en el ámbito del marketing digital inmobiliario.

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

Los participantes aplicarán los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo del trayecto de capacitación en un proyecto práctico y significativo. El trabajo final integrador permitirá a los participantes demostrar su capacidad para diseñar y ejecutar estrategias de marketing digital específicas para el sector inmobiliario, utilizando herramientas y técnicas avanzadas de manera

efectiva. A través de la elaboración y presentación de un proyecto de marketing digital para una inmobiliaria real los participantes demostrarán su capacidad para analizar, planificar, implementar y evaluar una campaña de marketing digital.

Las calificaciones serán de 1 a 10, siendo el umbral mínimo de aprobación, el cumplimiento de todas las actividades prácticas y demostrar en la evaluación final el 75% de conocimientos sobre lo evaluado. Para ser evaluado el alumno debe cumplir con el 75% de asistencia de clases

Beneficios:

Los estudiantes adquirirán habilidades específicas para integrar herramientas digitales, inteligencia artificial y plataformas tecnológicas en la práctica inmobiliaria. Aprenderán a optimizar procesos logrando mejorar la eficiencia operativa y la competitividad en un mercado cada vez más digitalizado.

Resultados de Aprendizaje:

- Analizar las herramientas y estrategias digitales utilizadas en el marketing inmobiliario, aplicando criterios de eficiencia y efectividad para optimizar la promoción y comercialización de propiedades en un entorno digital.
- Aplicar los principios fundamentales del marketing digital y branding, integrando el uso de inteligencia artificial y tecnologías avanzadas para la toma de decisiones estratégicas en la gestión inmobiliaria.
- Desarrollar habilidades para la gestión de redes sociales y la creación de contenido digital utilizando plataformas automatizadas y herramientas de análisis para aumentar la visibilidad y el compromiso en las campañas inmobiliarias.
- Elaborar informes y análisis comparativos de propiedades, utilizando herramientas digitales para la tasación y la toma de decisiones informadas en la captación y venta de inmuebles en el sector inmobiliario.
- Diseñar e implementar estrategias innovadoras para la captación de clientes y leads, aprovechando sistemas CRM y embudos de ventas digitales para gestionar relaciones efectivas y maximizar resultados comerciales en el sector inmobiliario.

Cuerpo docente:

DANIELA WERKALEC - (DIRECTORA)

Corredora Inmobiliaria y experta en Marketing Digital.

Desde hace más de 20 años trabaja como asesora, consultora y speaker. Fue programadora de sistemas.

Es CEO de Werkalec Asoc. (Agencia Mkt Digital) y Werkalec Inmuebles. Directora Ejecutiva BNI Rosario y Socia de Negocios en Red

Cuenta con un Posgrado en Desarrollo de emprendimientos Inmobiliarios y ha organizado números eventos como el Real Estate Digital Day - REDD.

ANTÓN MARÍA JULIA

Social Media Manager | Community Manager | Publicidad digital en Meta Ads y Google Ads (Paid Media) | Análisis estratégico y de comunicación en redes.

CABRERA AUBERT MARCELA

Licenciada en Comunicación Social / Estrategia en redes y posicionamiento

ARIANA CARBÓ

Fotógrafa / Docente de Fotografía

QUIROGA MARCELA

Corredora Inmobiliaria / Marketing Digital Inmobiliario

RAMIREZ LOY LEANDRO

Martillero Público - Corredor Inmobiliario / Filmmaker para el mercado inmobiliario

GUSTAVO ORTOLÁ

Desarrollador Inmobiliario / Consultor

FOURÇANS MARCELA

Martillera y Corredora Publica / Licenciada en Administración de Empresas/ Licenciada en Comercialización / Máster en Gestión de Empresas PyMES y Economía Social Social

BRESSIANI MILAGROS

Periodista especializada en Marketing Digital

Universidad Abierta Interamericana

UAI

Contacto:



uai.extensionrosariouai.edu.ar



Envianos un mensaje en WhatsApp: +54 9 11 21823616

Universidad Abierta Inter
UAI