



2026

DIPLOMATURA EN

Marketing Digital aplicada a la Gestión de Emprendimientos

**Herramientas y estrategias para potenciar tu
negocio en el entorno digital.**

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



+54 9 11 2660 3030 / +54 9 11 5594 9903

Duración: 100 horas. (54 horas sincrónicas y 46 horas asincrónicas).

Días y horarios:

Del 14 de abril al 11 de agosto de 2026.

Martes de 18.00 a 21.00 Hs.

+ actividad asincrónica.

[Ver calendario de encuentros.](#)

Modalidad: Virtual sincrónica + actividad asincrónica.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$710.000.- o 6 cuotas de: \$145.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$497.000.- o 6 cuotas de: \$101.500.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$397.600.- o 6 cuotas de: \$116.000.-

(*) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

(**) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

Dirigido a:

Emprendedores, dueños de pequeñas y medianas empresas, estudiantes avanzados de carreras como Marketing, Administración, Publicidad y Comunicación, y profesionales que busquen reconvertir su perfil o adquirir competencias específicas en marketing digital para la gestión de proyectos propios o de terceros.

Beneficios:

Los participantes adquirirán un portafolio de herramientas digitales aplicables, desarrollarán un plan de marketing profesional a través de un proyecto final integrador y obtendrán las habilidades prácticas para potenciar de inmediato la visibilidad y las ventas de sus emprendimientos.

Objetivos:

- Formular un plan integral de marketing digital alineado a los objetivos del negocio.
- Crear y optimizar campañas publicitarias en plataformas clave como Google y Meta.
- Desarrollar estrategias de contenido que atraigan y conviertan audiencias mediante SEO.
- Utilizar herramientas de analítica web para medir el rendimiento, interpretar resultados y tomar decisiones basadas en datos para la mejora continua de sus acciones.

Resultados de aprendizaje:

- Diagnosticar la madurez digital de un emprendimiento y proponer un plan de acción estratégico.
- Estructurar un sitio web y crear contenidos optimizados para motores de búsqueda.
- Configurar y administrar campañas de búsqueda, display y redes sociales con un presupuesto asignado.
- Elaborar un dashboard de control con los principales KPIs y presentar un informe de resultados de negocio.
- Diseñar un embudo de conversión utilizando email marketing y herramientas de automatización

Resultados esperados:

- Se espera que los participantes adquieran un conocimiento integral y aplicado del marketing digital. Esto incluye la capacidad de estructurar un plan estratégico partiendo de un modelo de negocio, definiendo audiencias y objetivos claros.
- Dominarán los fundamentos del SEO y marketing de contenidos para generar tráfico orgánico cualificado.
- Obtendrán conocimientos técnicos para la creación y gestión de campañas de publicidad paga en las principales plataformas (Meta y Google Ads), comprendiendo la segmentación, la optimización de presupuestos y el análisis del retorno de la inversión.
- Finalmente, desarrollarán una sólida competencia en analítica web, siendo capaces de configurar herramientas de medición, interpretar KPIs y elaborar reportes que transformen los datos en decisiones de negocio estratégicas.

Enfoque general:

El propósito de esta diplomatura es equipar a emprendedores y profesionales con las competencias estratégicas y técnicas para diseñar, implementar y medir campañas de marketing digital efectivas. Se centra en un enfoque práctico, transitando desde los conceptos fundacionales hasta la aplicación directa de herramientas en proyectos concretos.

El fin es desmitificar el ecosistema digital y empoderar a los participantes para que puedan impulsar el crecimiento tangible de sus negocios, permitiéndoles navegar el entorno online con confianza para alcanzar sus objetivos comerciales.

Contenidos:

Módulo 1: Estrategia digital y modelo de negocio online

Definición del modelo de negocio con business model canvas.
Creación del buyer persona y análisis del customer journey.
Desarrollo de objetivos SMART y el plan de marketing digital integral.

Módulo 2: Marketing de contenidos y SEO

Planificación de una estrategia de contenidos basada en pilares temáticos.
Optimización SEO on-page: investigación de palabras clave y estructura de contenidos.
Fundamentos de SEO off-page y construcción de autoridad de dominio.

Módulo 3: Social media marketing y gestión de comunidades

Selección de redes sociales adecuadas y definición de la voz de la marca.
Creación de un calendario de contenidos y formatos para redes sociales.
Técnicas de interacción, moderación y gestión de crisis en la comunidad.

Módulo 4: Publicidad en Meta Ads

Estructura de campañas en Meta: objetivos, conjuntos de anuncios y anuncios.
Segmentación de audiencias: públicos guardados, personalizados y similares.
Instalación del pixel de Meta y optimización de campañas basada en métricas.

Módulo 5: Publicidad en Google (Search, Display, YouTube Ads)

Creación de campañas en la red de búsqueda, grupos de anuncios y concordancia de palabras clave.
Segmentación y formatos de anuncios para la red de display.
Estrategias y formatos de campañas de video en YouTube Ads.

Módulo 6: Email marketing y automatización

Estrategias para la captación de leads y construcción de bases de datos.
Diseño de campañas de email marketing para la nutrición de leads.
Creación de flujos de automatización como series de bienvenida o carritos abandonados.

Módulo 7: Analítica web y reporting

Configuración de Google Analytics 4.
Interpretación de métricas clave (KPIs) para la toma de decisiones.

Módulo 8: Taller de trabajo final integrador

Evaluación:

Aprobación de trabajos prácticos al finalizar cada módulo.
Presentación y defensa de un Trabajo Final Integrador que consistirá en el desarrollo de un plan de marketing digital completo.

Calendario de encuentros:

14/04/2026
21/04/2026
28/04/2026
05/05/2026
12/05/2026
19/05/2026
26/05/2026
02/06/2026
09/06/2026
16/06/2026
23/06/2026
30/06/2026
07/07/2026
14/07/2026
21/07/2026
28/07/2026
04/08/2026
11/08/2026

Metodologías:

La propuesta se desarrolla bajo una modalidad teórico-práctica orientada a la gestión estratégica de negocios en entornos digitales. Cada módulo inicia con la fundamentación conceptual de las herramientas (SEO, SEM, Social Media), para luego avanzar hacia la aplicación técnica directa mediante el uso de simuladores y plataformas reales (Meta Business Suite, Google Ads y Google Analytics 4).

El trayecto formativo fomenta el aprendizaje basado en proyectos. A lo largo de la cursada, los estudiantes trabajarán sobre un caso real o ficticio, aplicando progresivamente los conocimientos de cada unidad).

El curso culmina con un Taller Integrador donde se presenta un Plan de Marketing Digital completo, garantizando que los asistentes finalicen la actividad con una competencia validada para la toma de decisiones basada en datos.

Bibliografía:

Google. (2024). Google Skillshop: Documentación oficial y certificaciones para Google Ads y Google Analytics 4. Google Official Training Center.
Kingsnorth, S. (2022). Estrategia de marketing digital: Cómo redactar un plan para que tu negocio crezca. Anaya Multimedia.
Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad. LID Editorial.

Maciá Domene, F. (2023). SEO avanzado: Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web. Anaya Multimedia.

Meta. (2024). Meta Blueprint: Guías oficiales de compra y planificación de medios en Facebook e Instagram. Meta Official Resources.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Deusto. (Referencia fundamental para el Módulo 1).

Ridder, M. (2024). Web Analytics 2.0 and Beyond: The Future of Data-Driven Marketing. Wiley.

Director:

Lic. Tomás Leonel Alvarez. Licenciado en Administración.

Tedx Speaker y especialista en proyectos de comunicación digital.

Desarrollador de contenidos de formación y capacitaciones para profesionales y empresas. Entre ellas, compañías como Banco Santander, Next U, Banco Ciudad, Fundación Banco Macro, Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires, entre otras.

Escritor de 2 libros.

