



**2026**

**CURSO**

## **Marketing Digital Estratégico**

**Diseña estrategias de marketing digital efectivas para atraer, convertir y hacer crecer tu negocio en entornos online.**

(\*) 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.



**Duración:** 18 horas.

## Días y horarios:

Del 24 de septiembre al 15 de octubre de 2026.

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

## Aranceles:

### Externos:

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$204.800.-

### Comunidad UAI\*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$159.360.-

### Club La Nación/Clarín 365\*\*:

Matrícula: \$51.200.-

+ 1 pago de \$163.840.-

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

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

## 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.

## Beneficios:

- Desarrollar estrategias digitales claras y orientadas al logro de objetivos concretos.
- Incrementar la visibilidad de la marca mediante el uso efectivo de canales y herramientas digitales.
- Generar y convertir clientes potenciales aplicando técnicas de atracción en entornos online.
- Analizar métricas clave para optimizar acciones y tomar decisiones basadas en datos.

## 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.

## Resultados de aprendizaje:

- Analizar el ecosistema de marketing digital, identificando canales, audiencias y tendencias relevantes para la toma de decisiones estratégicas.
- Diseñar un plan de marketing digital, definiendo objetivos, públicos, propuestas de valor y acciones alineadas a un negocio o proyecto.
- Implementar estrategias de contenido y publicidad online, aplicando criterios de segmentación, creatividad y optimización en diferentes plataformas digitales.
- Gestionar campañas digitales, utilizando herramientas específicas para su ejecución, seguimiento y mejora continua
- Interpretar métricas y resultados, analizando indicadores clave para evaluar el rendimiento y ajustar estrategias de manera efectiva.
- Optimizar acciones de marketing digital, ajustando tácticas y recursos en función de los datos obtenidos y los objetivos planteados.

## Resultados esperados:

- Comprensión integral del marketing digital: El participante adquirirá conocimientos sobre los principales canales, herramientas y estrategias para posicionar marcas en entornos digitales.
- Dominio de la planificación estratégica: El participante comprenderá cómo diseñar planes de marketing digital alineados a objetivos, públicos y propuestas de valor.
- Conocimiento de implementación y gestión de campañas: El participante conocerá cómo ejecutar acciones de contenido y publicidad digital, optimizando recursos y resultados.
- Interpretación de métricas y toma de decisiones: El participante adquirirá conocimientos para analizar datos y aplicar mejoras continuas en las estrategias digitales.

## Fundamentación:

Curso orientado al desarrollo de competencias estratégicas en marketing digital aplicado a entornos actuales. Aborda la planificación, ejecución y optimización de campañas en distintas plataformas digitales.

Integra contenidos sobre audiencias, embudos de conversión, contenidos y publicidad online.

Combina fundamentos teóricos con aplicaciones prácticas y análisis de casos reales.

Incluye el uso de herramientas digitales para la gestión, medición y mejora de resultados.

## 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.

## Contenidos:

### Introducción al marketing digital y su evolución 24.09

¿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.

### Funnel de conversión y experiencia del usuario 28.09

¿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.

### SEO vs SEM aplicado a redes 01.10

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.

### Automatización y CRM para redes sociales 05.10

¿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.

### Marketing ético y responsable 08.10

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

## Influencers y marketing de afiliación 12.10

¿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.

## KPIs y medición de resultados 15.10

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.

## Metodología:

La metodología del curso se basa en un enfoque práctico y estratégico, combinando contenidos teóricos con actividades aplicadas al marketing digital.

Se desarrollarán clases dinámicas, análisis de casos reales y ejercicios orientados a la resolución de problemas concretos.

Se utilizarán herramientas digitales y recursos actualizados que permitan la aplicación inmediata de los conocimientos.

## Evaluación:

Realización de actividades prácticas aplicadas a casos reales o proyectos propios.

Desarrollo y presentación de un plan de marketing digital como trabajo final integrador.

Evaluación de la participación y aplicación de contenidos durante el cursado.

## Bibliografía:

**Lemos, José Abel.** Marketing Digital Estratégico. Material propio elaborado para la diplomatura.

**Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan.** Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital.

**Juan Carlos Mejía Llano.** La guía del marketing en redes sociales.

**Clara Ávila.** Estrategias de marketing digital.

**José Facchin.** Marketing digital: Estrategias y técnicas para el éxito online.

## Director:

**José Abel Lemos Legajo.** Mg. 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.

Universidad Abierta Interamericana  
UAI