



**2026**

**CURSO**

## **Estrategias Avanzadas y Herramientas pro para Marketing Digital**

**Dominá estrategias avanzadas y herramientas profesionales para planificar, ejecutar y optimizar campañas de marketing digital con resultados medibles.**

(\*) 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 03 al 23 de diciembre 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 con experiencia previa que buscan perfeccionar su enfoque estratégico.
- Community Managers y Social Media Managers que desean ampliar sus habilidades en gestión integral
- Consultores y freelancers que trabajan con múltiples marcas o clientes
- Emprendedores digitales que gestionan campañas en distintos canales
- Equipos de agencias de publicidad o marketing que implementan campañas multicanal.

## Beneficios:

- Potenciar la eficacia de las campañas digitales mediante estrategias avanzadas y herramientas profesionales.
- Optimizar la inversión publicitaria y maximizar resultados basados en análisis de datos y métricas.
- Desarrollar competencias prácticas para la gestión estratégica y la toma de decisiones en marketing digital.

## Objetivos:

- Diseñar estrategias multicanal integradas según objetivos de negocio y perfiles de audiencia.

- Aplicar herramientas profesionales de automatización, análisis y gestión en entornos digitales.
- Planificar y coordinar campañas 360°, unificando mensajes y acciones en diferentes medios.
- Optimizar la toma de decisiones a partir del uso eficiente de datos y métricas.
- Fortalecer la coherencia comunicacional entre canales online y offline.
- Desarrollar propuestas de marketing digital con enfoque estratégico, operativo y medible.

## Resultados de aprendizaje:

- Diseñar estrategias avanzadas de marketing digital, aplicando segmentación, embudos de conversión y automatización para optimizar resultados en campañas reales.
- Configurar y gestionar herramientas profesionales de marketing digital, utilizando plataformas de publicidad, analítica y automatización para mejorar la eficiencia de las acciones.
- Analizar métricas y KPIs de campañas digitales, interpretando datos para evaluar desempeño y tomar decisiones estratégicas basadas en resultados medibles.
- Optimizar campañas digitales, ajustando segmentación, contenidos, presupuesto y creatividad en función de los objetivos y los resultados obtenidos.
- Integrar técnicas avanzadas de marketing digital, desarrollando acciones coherentes y estratégicas que potencien la presencia y el impacto de la marca en entornos online.

## Resultados esperados:

- Comprensión de estrategias avanzadas de marketing digital: El participante adquirirá conocimientos sobre cómo planificar y ejecutar campañas complejas, incluyendo segmentación avanzada, embudos de conversión y automatización.
  - Dominio de herramientas profesionales: El participante comprenderá el uso de plataformas digitales para gestión de publicidad, analítica, automatización y optimización de campañas.
- Interpretación y análisis de métricas: El participante conocerá cómo evaluar el desempeño de campañas mediante KPIs y otros indicadores, tomando decisiones basadas en datos para mejorar resultados
- Aplicación práctica de estrategias integradas: El participante adquirirá conocimientos para combinar técnicas avanzadas y herramientas profesionales, diseñando acciones coherentes que potencien la presencia y efectividad de la marca en entornos digitales.

## Fundamentación:

El curso de Estrategias avanzadas y herramientas pro para marketing digital está diseñado para quienes ya cuentan con conocimientos previos y desean llevar sus habilidades al siguiente nivel. Aborda la planificación de estrategias multicanal, la gestión de campañas 360° y el uso de herramientas profesionales para automatización, análisis y productividad. Combina teoría aplicada, ejercicios prácticos y casos reales. Se promueve una mirada estratégica, integral y actualizada del marketing digital. Ideal para quienes buscan profesionalizar su enfoque y optimizar resultados.

## Enfoque general:

El curso propone un enfoque estratégico y profesional del marketing digital, centrado en la integración de canales, la automatización de procesos y la planificación de campañas completas. Se orienta a optimizar recursos, mejorar la toma de decisiones y aumentar la eficiencia de las acciones digitales. A través del uso de herramientas avanzadas y casos reales, se busca formar perfiles capaces de diseñar y ejecutar estrategias multicanal y campañas 360°. La propuesta es dinámica, práctica y adaptada a las tendencias actuales del sector.

## Contenidos:

### **Estrategias multicanal: cuándo y cómo integrarlas 03.12**

¿Qué es el enfoque multicanal y por qué es clave en el marketing actual?

Diferencias entre estrategias multicanal, omnicanal y crosscanal.

Cómo seleccionar los canales adecuados según el público y objetivo: redes sociales, email, web, blog, WhatsApp, marketplaces.

Planificación de una mini estrategia multicanal en grupos.

### **Herramientas avanzadas para marketing digital 07.12**

Herramientas para automatización: HubSpot, Mailchimp, ActiveCampaign.

Gestión de proyectos y campañas: Trello, Asana, Notion para marketing.

Herramientas de IA aplicadas a marketing: ChatGPT, Copy.ai, Midjourney.

Taller práctico: selección y uso de herramientas según objetivo.

### **Gestión de campañas 360° 10.12 – 14.12**

¿Qué es una campaña 360°? Enfoque integral de comunicación y marketing.

Pasos clave para la planificación: objetivo, mensaje, medios, presupuesto, cronograma.

Coordinación de canales online y offline: cómo lograr coherencia y potencia.

Desarrollo de piezas: timing, storytelling, formatos y secuencia.

KPIs para medir impacto global de la campaña.

**Trabajo final integrador: proyecto real de gestión de redes 17.12 / 21.12/23-12.**

## Metodología:

La metodología del curso combina teoría avanzada y práctica aplicada, integrando estrategias de marketing digital con el uso de herramientas profesionales.

Se desarrollarán talleres prácticos, análisis de casos reales y ejercicios de optimización de campañas para asegurar la aplicación inmediata de los conocimientos.

Se emplearán plataformas digitales y recursos actualizados que permitan gestionar, monitorear y automatizar acciones de marketing de manera eficiente.

## Evaluación:

Realización de ejercicios prácticos de diseño, configuración y optimización de campañas digitales utilizando herramientas profesionales.

Desarrollo y presentación de un proyecto final que integre estrategias avanzadas, segmentación y análisis de métricas.

Evaluación de la aplicación efectiva de los contenidos mediante la interpretación de resultados y la toma de decisiones estratégicas en campañas reales.

## Bibliografía:

**Lemos, José Abel.** Estrategias avanzadas y herramientas pro para marketing digital. Material propio elaborado para el curso.

**Esther Martínez Pastor y Miguel Ángel Nicolás Ojeda.** Publicidad digital, obra que integra planificación, creación y medición de campañas publicitarias en entornos digitales.

**Eduardo Liberos Hoppe.** El libro del marketing interactivo y la publicidad digital, guía completa sobre técnicas, herramientas y campañas en medios digitales.

**Ángela Ramírez Hauncher.** Estrategia de marketing digital, texto que analiza tipos de marketing online y herramientas estratégicas para su ejecución.

**Juan Carlos Mejía Llano.** Marketing Digital inteligente y efectivo con ChatGPT: Guía práctica para principiantes y expertos, que aborda estrategias y herramientas actuales para potenciar resultados digitales.

## 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.