

# Publicidad Marketing Digital & E-commerce



# ICDA

UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
CÓRDOBA

BROKERS / ICAPI

CDP

Cursos de  
Posgrado



La nueva era del marketing se localiza en la red, por lo que es necesario la especialización de profesionales capaces de posicionar a las organizaciones, gestionar sus modelos de negocios y cautivar a sus clientes involucrando los nuevos entornos digitales. Reconocer el creciente poder del consumidor implica diseñar estrategias en un espacio de comunicación caracterizado por el diálogo interactivo, la personalización, la recomendación social y la masividad.

El Programa tiene como misión fundamental que el participante comprenda y desarrolle mercados en ámbitos digitales, adoptando herramientas y planes de acción que permitan internalizar los cambios que se están produciendo en los modelos de negocios a nivel mundial.

## Objetivos

Este programa permitirá a los participantes adquirir herramientas y habilidades para:

- Desarrollar una empresa digital.
- Comprender y estudiar el mercado digital.
- Identificar y aplicar estrategias y herramientas de gestión en el mundo digital.
- Gestionar y dirigir estratégicamente procesos de marketing y publicidad digital.
- Comprender la potencialidad de las herramientas digitales comparadas con las del marketing tradicional.
- Gestionar proyectos de comunicación digital (marketing, publicidad, web, e-commerce, redes sociales, etc.).

## Programa

### **Módulo 1: Introducción al Marketing Digital**

La nueva filosofía de la comunicación. *Offline* y *online* = una nueva realidad. Visión “*glocal*” del negocio. Principales herramientas y fuentes de información. Análisis de casos de éxito.

### **Módulo 2: Consumer Insight y Antropología Digital**

Compresión de las conversaciones digitales. La *Big Data*. Microsegmentación. Principales herramientas de análisis de mercado digital. De la Etnografía a la Etnografía Comercial. *Netnografía*. La Antropología Digital. Estrategias de monitorización.

### **Módulo 3: Estrategia en Marketing Digital y Negocios Online**

Preparación de un briefing. Planificación de Proyectos Online. Estrategias de Marketing Online de éxito. Fuentes de Información. Tendencias en Planificación Estratégica. Análisis de Modelos de negocio online. Análisis de la cadena de valor. Pasarelas de Pago. Factores clave en las campañas de generación de tráfico. Maximización de la eficacia en campañas multimedia.

### **Módulo 4: E-commerce**

Ventas *online*. Proyectos de *e-commerce*. Diferencias entre comercio *offline* y *online*. Las expectativas y comportamiento del consumidor online. La tienda *online*: claves de diseño, carrito de compras, servicio y logística.

### **Módulo 5: Advergames**

El proceso de diseño de juegos. Diseño centrado en el usuario. Interpretación del juego para entender su estructura: objetivos, elementos formales, jugadores, reglas, recursos, conflictos, premisas, personajes, limitaciones y resultados. Elementos dramáticos. Cómo contar una historia con un juego. Arte. *Scripting*. Técnicas de conceptualización. Preproducción. Proceso de investigación para el *brainstorming*.

### **Módulo 6: Usabilidad web**

Conceptos generales. Diseño de página. Separación del contenido y el formato. Los tiempos de respuesta en un sitio web. Las hojas de estilo. Los marcos. El diseño de contenidos. Cómo escribir para la web. Animaciones, video y audio. Diseño de un sitio web. Página de inicio. Accesibilidad de los usuarios con capacidades diferentes. Validación TAW. Estudios de usabilidad. Evaluación de calidad web: métodos técnicos y uso de métricas.

### **Módulo 7: Gestión de la Marca – Copyright**

Dirección y gestión de la reputación online de una marca. Gestión de la reputación online profesional e institucional. Legislación nacional e internacional. *Copyright* digital.

### **Módulo 8: Lanzamiento de una marca digital**

Análisis de reputación. Principales herramientas y métricas. *Digital brand building*. Gestión de crisis.

### **Módulo 9: Marketing Intelligence Estratégico y Habilidades de Análisis**

Del CRM al e-CRM. Metodología y definición de objetivos. Impacto del e-CRM en la relación con el cliente. Visión Estratégica. Implementación. Indicadores claves en la relación con el cliente digital.

### **Módulo 10: Estrategia y Procesos Creativos**

Conceptualización creativa en entornos online. Claves para una estrategia creativa de impacto. Integración con procesos creativos tradicionales. Generación de *engagement*. Elementos creativos para lograr interacción: *gamification*, *advergames*, videos virales, juegos interactivos, trivias.

**Módulo 11: Medios Digitales**

Mercado digital de publicidad en Argentina y el Mundo. Principales modelos de negociación. Formatos más innovadores. Mix de medios en publicidad: buscadores, display, afiliación. Aprendizaje del manejo de una planificación de medios *online*. *Mobile marketing*. *Videomarketing*. Permission marketing. Marketing de la experiencia.

**Módulo 12: Gestión de Comunidades Online y Estrategias de Redes Sociales**

Definición y análisis de comunidades *online*. Estrategias de captación y gestión. Análisis y medición de la eficacia de las comunidades *online*. Herramientas de oportunidades colaborativas: Aplicaciones, RSS. Definición de *Social Media Management*. *Blogging*: principales plataformas y gestión. Redes sociales y profesionales: Facebook, Youtube, LinkedIn, Google+, Pinterest, Flickr. *Microblogging*: Twitter. Geolocalización: Foursquare. Herramientas de gestión y monitorización. Métricas. Perfil del *Community Manager*. Tendencias.

**Módulo 13: Gestión de Proyectos Web, Usabilidad y Posicionamiento**

Fundamentos y métodos en usabilidad web, diseño centrado en el usuario y arquitectura de la información. Técnicas y herramientas de *testing* de usabilidad web. Marketing en buscadores SEO/SEM. Análisis e interpretación de datos y tráfico web. Lanzamiento de proyectos web de *e-commerce*. Gestión de proyectos y técnicas de control de avances y retrocesos. Seguimiento de proyectos web, programación y diseño 2.0. Planificación. Selección de proveedores y recursos humanos.

**Módulo 14: Medida de la Efectividad en Marketing**

Implementación de modelos de calidad en entornos digitales (procesos y procedimientos). La satisfacción del consumidor digital. Herramientas de medición. Herramientas para medir la calidad en los servicios digitales.

**Módulo 15: Cómo medir el Retorno de Inversión en Marketing digital**

Medición y eficacia en el entorno digital: ROI (*Return on investment*), ROE (*Return on engagement*) y ROCXO (*Return on consumer experience*).

**Seminarios complementarios**

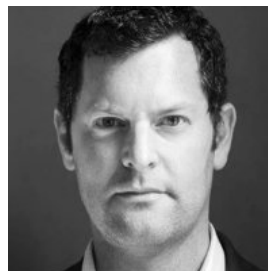
- Gestión de comunidades *online*.
- Gestión de crisis en la comunicación.
- SEO - Adwords - Posicionamiento web.
- Entre el emprendedor y el inversor: Financiación de proyectos digitales.

## Coordinadores:



**Profesor:**  
**JOSÉ NORTE**

Master in *Artificial Intelligence*.  
Universitat Politècnica de Catalunya



**Profesor:**  
**GONZALO ROQUÉ  
BONADERO**

Director  
RVL Marketing

## Perfil del participante

El programa está dirigido a profesionales de distintas carreras que busquen especializarse en el área de marketing digital. También a profesionales del marketing tradicional, publicidad, comunicación social, *management*, sociología, y emprendedores que proyecten el lanzamiento de sus productos o servicios en un modelo de negocios digitales.

## Metodología

Se prioriza la “aplicación práctica” de los conceptos desarrollados en el aula, con una conexión concreta a la realidad empresarial. Las primeras clases tendrán un fuerte contenido teórico que sentará las bases para los ejercicios prácticos y trabajos en equipo que se desarrollarán a lo largo del cursado. Cada módulo contará con un trabajo final.

Se presentará un **caso transversal** que permitirá poner en práctica las herramientas adquiridas en el programa. Este caso se transformará en un proyecto que deberán presentar los participantes de manera individual como cierre final.

## Acerca del programa

### Acerca del Programa

**Duración:** 7 meses

Dictado: dos encuentros semanales de 19:00 a 22:00. Dentro de la programación 5 clases se dictarán en formato de talleres.

### Requisitos de Admisión

Los interesados en participar del programa deben contar con:

- Título universitario.
- Conocimientos medios de lecto-comprensión en inglés.

Así mismo, deberán presentar la siguiente documentación:


- Original y copia simple del título de grado.
- Fotocopia de 1ª y 2ª página del DNI.
- Certificado que acredite conocimientos en inglés.


**En caso de ser necesario se realizará una entrevista personal.**

### Informes e Inscripciones

Marketing y Desarrollo Institucional  
Obispo Trejo 323  
Tel: (0351) 4213213 int 1  
info@icda.uccor.edu.ar  
www.icda.uccor.edu.ar

icda.ucc 

@icda\_ucc 

icda/ucc 

icdaucc 

*Programas, fechas, importe y profesorado sujetos a posibles cambios. El ICDA se reserva el derecho de cancelar un programa si considera que no se cumplen los requisitos necesarios para el éxito del mismo.*