

Diplomado **Marketing Digital con IA**

Plan de Estudio



**COMUNICACIÓN
INTEGRAL**
Haciendo futuro con ideas.

Descripción

El **Diplomado en Marketing Digital** está diseñado para brindar a los participantes una comprensión profunda sobre el impacto en las estrategias de marketing digital, aplicando la inteligencia artificial (IA) como ingrediente diferenciador en la obtención de resultados óptimos en la comercialización de cualquier producto o servicio. Los participantes aprenderán a utilizar herramientas y técnicas de IA para optimizar sus campañas de marketing digital y mejorar la experiencia del cliente.

El *marketing digital* adquiere cada vez más un papel preponderante y central en el escenario de marketing de empresas, organizaciones y profesionales independientes y emprendedores. Y esto a su vez, ha aumentado la demanda de capacitación de marketing digital. Por otro lado, la IA tiene un gran impacto en el marketing digital, ya que ofrece múltiples ventajas para mejorar la eficiencia, la efectividad y la personalización de las estrategias de marketing.

El diplomado está estructurado en 4 módulos, donde encontrarás contenidos teóricos puntuales, junto a prácticas, ejercicios y desarrollo de proyectos basados en la metodología de aprendizaje en línea o e-learning.

Dirigido a:

A profesionales del marketing, publicidad, comunicación y ventas, así como a emprendedores y empresarios interesados en aprovechar el potencial de la inteligencia artificial en sus estrategias de marketing digital.

¿Qué aprenderás?

- Comprenderá los fundamentos, las herramientas y las tendencias del marketing digital, y aplicarlos al diseño e implementación de un plan de marketing digital integrado con la inteligencia artificial.



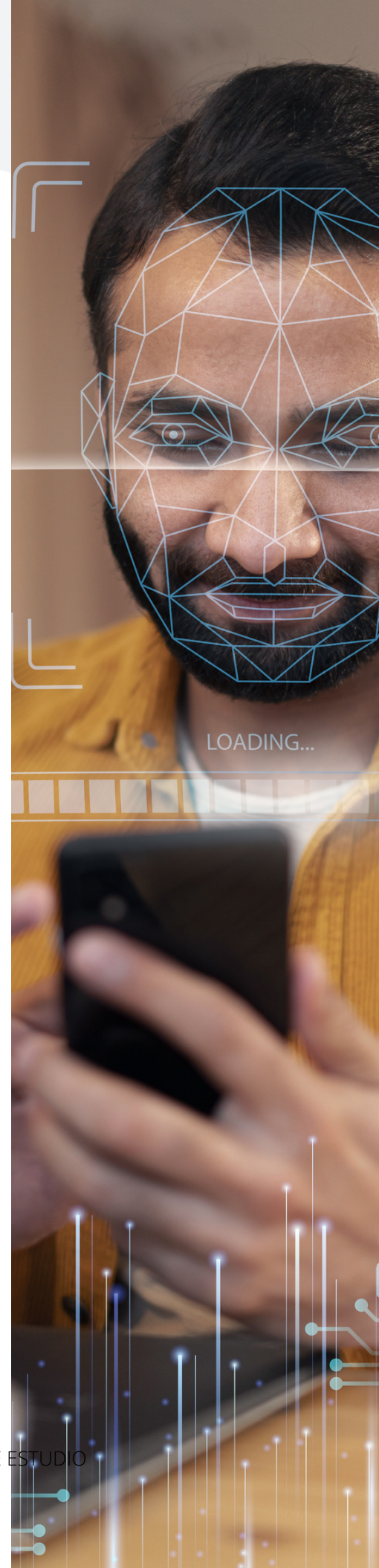
- Conocerá los conceptos, las características, las herramientas y los desafíos de la investigación digital, y podrás aplicarlos al desarrollo de un proyecto de investigación digital integrado con la inteligencia artificial.
- Diseñará e implementará estrategias de marketing digital efectivas y creativas, utilizando las redes sociales, el content marketing y la publicidad digital, integradas con la inteligencia artificial, para lograr los objetivos de la empresa y satisfacer las necesidades de los clientes.
- Medirá y evaluará el rendimiento y el impacto de las estrategias digitales implementadas, utilizando las herramientas de analítica de social media y de Google, e integrando la inteligencia artificial, para optimizar las acciones y mejorar los resultados.

Incluye

- Clases en directo
- Videos tutoriales
- Clases grabadas de repaso
- Recursos didáctico descargables
- Acceso en diferentes dispositivos
- Tutores online para resolver tus dudas
- Actividades para desarrollar habilidades
- Asesoría para elaborar tu plan de marketing digital
- Certificado de participación / aprobado

¿Qué necesitas?

- Laptop o PC
- Conexión a Internet.
- Conocimiento de Redes Sociales



Módulo I: Aspectos generales del marketing digital

Unidad I: Fundamento de marketing digital

- Fundamento de marketing
- El mix de marketing
- Importancia del marketing tradicional
- Diferencia entre el marketing tradicional
- Ventajas y desventajas del marketing tradicional
- Estudio de caso

Unidad II: Introducción a la IA y el marketing digital

- ¿Qué es la IA y qué tipos existen?
- ¿Qué es el marketing digital y qué beneficios ofrece?
- ¿Qué relación existe entre la IA y el marketing digital?
- ¿Qué tendencias y oportunidades ofrece la IA en el marketing digital?

Unidad III: Diseño del plan de marketing digital

- Introducción al plan de marketing
- Análisis de mercado:
 - Identificar audiencia objetivo
 - Segmentos y necesidades
 - Comportamientos y preferencias
- Definición de objetivos SMART
- Definir estrategias de contenidos
 - Plan de creación
 - Seleccionando los formatos
- Estrategia de optimización (SEO y SEM)
- Estrategias de redes sociales
- Plan de Email marketing
- Medición y análisis
- Estudio de caso.



Módulo II: Introducción a la investigación digital

Unidad I: Aspectos generales a la investigación digital

- ¿Qué es la investigación digital?
- ¿Diferencia de la investigación tradicional?
- Historia y evolución ha tenido la investigación digital
- Disciplinas se benefician de la investigación digital
- Características y tipos de la investigación digital
- Ventajas y desafíos de la investigación digital
- Proyecto de investigación
- Pasos y fases del proyecto
 - Definir y delimitar el tema y el problema de investigación
 - Plantear y formular el objetivo y las preguntas de investigación digital
 - Diseñar y ejecutar la metodología y el plan de trabajo de investigación digital
 - Analizar e interpretar los datos y los resultados.
 - Elaborar y presentar el reporte y la difusión.
- Práctica

Unidad II: Uso de Herramientas digitales de investigación

- Google Trends.
- Facebook Audience Insights.
- Google Alerts.
- Keyword Planner.
- Page Speed Insights.
- Find My Audiences.
- Market finder.
- Insights Library.
- Google Tools.
- Practica



Unidad III: Uso de la Inteligencia artificial

- Inteligencia artificial en la investigación digital
- Herramientas de inteligencia artificial para la investigación digital
- Análisis de datos con inteligencia artificial
- Automatización de procesos de investigación digital
- Ética y desafíos en el uso de la inteligencia artificial en la investigación digital

Módulo III: Diseño de estrategias en el marketing digital

Unidad I: Estrategia de Redes Sociales

- Introducción a las redes sociales
- Estadísticas de uso de redes sociales
- Las principales redes sociales
- Insights de Redes sociales.
 - Roles de cada red social:
 - a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter
 - d. YouTube
 - e. LinkedIn
 - f. Tik Tok
 - g. Pinterest
- Entre otras
- Uso de Herramientas
- Prácticas

Unidad II: Estrategias de Contenidos en Marketing Digital

- ¿Qué es el content marketing?
- Embudo del content marketing
- La calidad y la frecuencia de los contenidos
- La tendencia de los contenidos
- Tipos de contenido
 - a. Contenido orgánico en redes sociales
 - b. Contenido pagado en redes sociales
- Diseño de los kits de contenidos
- Herramientas y uso de la inteligencia artificial



Unidad III: Estrategias de Publicidad Digital

- Facebook ads
- Instagram ads
- Twitter ads
- LinkedIn ads
- Google Adwords
- Email Marketing
- Herramientas y uso de la inteligencia artificial

Módulo IV: Evaluando tus estrategias digitales

Unidad I: Analítica de Social media

- ¿Qué es la analítica de social media?
- Importancia y características
- Indicadores o KPI se deben medir en cada red social.
- Herramientas se pueden utilizar para la analítica en social media
- Interpretación y presentación los resultados de la analítica en social media
- Optimizar la estrategia de social media a partir de la analítica.
- Qué tendencias y retos se plantean en la analítica de social media:

Unidad II: Google SEO y SEM

- Posicionamiento en buscadores
 - SEO y SEM
 - Google ads
 - ¿Cómo se crea una campaña en Google Ads?
- Google Analytics
 - ¿Qué es Google Analytics?
 - Elementos básicos de Google Analytics
 - Diferentes vinculaciones:
 - a. Tag manager
 - b. Página Web
 - c. Otros
- Diseño de Google Analytics
- Informes, métricas y dimensiones
- Compartir y personalizar informes
- Compartir alertas



Modalidad

100% Virtual

Duración

6 semanas

2 encuentros semanales

Inversión

RD\$18,000.00

Forma de pago

Depósito o transferencia

Inscripción

50% al inscribirse RD\$9,000.00

Dos (2) cuotas de RD\$4,500.00

Transacciones bancarias

Banreservas: Cuenta corriente: 9601879916 a nombre de CI Comunicación Integral, SRL.

RNC: 131805851.

Correo electrónico: ci.comunicacionintegral@gmail.com

**Para completar el proceso de inscripción debes enviar el comprobante de la transacción vía correo electrónico, indicando tu nombre, datos del curso pagado.*

Contacto

Oficina: 809-476-9975

WhatsApp: 829-773-9975

Calle Ana Teresa Paradas No. 10, Mirador Sur, Santo Domingo, República Dominicana.

Certificado

Se podrá certificar en el **Diplomado en Marketing Digital con IA** con la realización de un proyecto final como resultado de las conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas.



