UDEM

DIPLOMADO

MERCADOTECNIA DIGITAL

Modalidad ONLINE – FLEXIBLE

VIVE Y APRENDE
UNIVERSIDAD
DE MONTERREY

UNIVERSIDAD DE MONTERREY

La UDEM es una institución de inspiración católica, abierta a todo credo y condición. La Universidad de Monterrey conserva su esencia humanista y sigue haciendo vida los principios bajo los cuales se fundó en 1969, gracias a la estrecha relación que mantiene con las congregaciones que le dieron origen: las Hijas de María Inmaculada de Guadalupe, las Religiosas del Sagrado Corazón de Jesús, las Hermanas de la Caridad del Verbo Encarnado, los Hermanos Maristas y los Lasallistas.

La UDEM se distingue por ofrecerte un Plan Personal de Formación único que se desarrolla de acuerdo con tus características personales e intereses profesionales, a fin de que alcances tu máximo potencial, en un ambiente de gran calidad académica y visión internacional. Actualmente, la UDEM cuenta con 16 mil 197 estudiantes y ofrece, 1 doctorado, 46 carreras profesionales, 18 programas de maestría, 13 especialidades de posgrado y 37 especialidades médicas. Su cuerpo docente se ha graduado de las mejores universidades del mundo, y más del 50 por ciento de sus egresados de profesional han tenido al menos una experiencia académica en el extranjero.

En cuanto a prestigio, la UDEM es la primera institución en el norte de México distinguida por Ashoka U como “Changemaker Campus”, por su probado compromiso con iniciativas sociales innovadoras. Nuestra universidad es considerada como una de las instituciones de educación superior mejor posicionadas en América Latina y en México y, sin duda, constituye un sitio privilegiado para el intercambio de las ideas y la creación del conocimiento al servicio de la comunidad.

Distinciones:

AACSB CCREDITED · QS STARS RATING SYSTEM · aashe · ABET · Ashoka U Changemaker Campus

Asociación con:

RECLA
Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa

UDEM

Dirigido a:

Cualquier persona, que busca herramientas técnicas y estrategias para incrementar las ventas o mejorar el posicionamiento de su empresa en el mercado, así como, ampliar su conocimiento y el área de ejecución de mercadotecnia en un contexto digital.

Fechas:

Consultar fechas en el calendario del programa

Horario:

Flexible asincrónico
Con fechas de entrega de actividades.

Lugar:

En línea

Duración:

85 horas.

Objetivo General:

Conocer las herramientas de mercadotecnia digital, para el fortalecimiento de la marca y la relación con su mercado meta.

Metodología:

Exposición de tema y actividades prácticas.

VIVE Y APRENDE
UNIVERSIDAD
DE MONTERREY

TEMARIO

• Diseño Web y Search Engine Optimization

Objetivo: Se analizarán los criterios principales para el diseño web, así como se revisarán los factores (on-site y off-site) para que un Sitio Web sea optimizado para los Buscadores como Google.

Módulo 1. Diseño web
Módulo 1. Diseño web
Módulo 2. Usabilidad web
Módulo 3. Buscadores
Módulo 4. Search Engine Optimization
Módulo 5. Keywords
Módulo 6. On-Site SEO
Módulo 7. Off-Site SEO
Módulo 8. Resumen y el futuro de SEO

• Marketing de Contenido y "Real-Time" Marketing

Objetivo: Se conocerá sobre el marketing de contenido y su rol en el plan de marketing digital. También se analizará la estrategia de mercadotecnia en tiempo real. Se ofrecerán recomendaciones sobre cómo crear un plan de contenido, así como herramientas para monitorear tendencias que apoyen para general contenido en tiempo real.

Módulo 1. Fundamentos del marketing de contenido
Módulo 2. Desarrollo de objetivos y buyer personas
Módulo 3. Marketing de contenido: Herramientas y decisiones
Módulo 4. Conceptualización del contenido
Módulo 5. Planificación de una estrategia
Módulo 6. Creación de Blog post
Módulo 7. Contenido en video
Módulo 8. Herramientas de análisis

• Estrategia Digital

Objetivo: Se explicará cómo se integran todas las herramientas del marketing digital en una estrategia. Se analizará cómo asignar recursos efectivamente en los diferentes canales digitales según el objetivo de la empresa.

Módulo 1. Introducción a la estrategia digital
Módulo 2. ¿Qué es la Estrategia Digital? ¿Cómo se implementa?
Módulo 3. Crear una ruta hacia la estrategia digital
Módulo 4. Cambios que generan las estrategias digitales en las organizaciones
Módulo 5. Visión integral de las estrategias digitales
Módulo 6. Visualizando el futuro. La cuarta revolución industrial
Módulo 7. Administración de marca y contenidos
Módulo 8. Recapitulación final del curso

UDEM

TEMARIO

•Marketing Digital en Redes Sociales

Objetivo: Se analizarán las principales redes sociales y su importancia, lo que permitirá seleccionar las plataformas adecuadas según el objetivo y empresa. También se conocerán las diferentes partes que componen un plan de social media para una campaña.

Módulo 1. Introducción a las redes sociales
Módulo 2. Características de las redes sociales
Módulo 3. Principales redes sociales
Módulo 4. Estrategias en redes sociales
Módulo 5. Herramientas para manejar las redes sociales
Módulo 6. Publicidad en redes sociales
Módulo 7. El community manager y el plan de crisis
Módulo 8. Analítica en redes sociales

• Search Engine Marketing – Publicidad en Buscadores

Objetivo: Se verá la importancia de la estrategia SEM o PPC como estrategia para estar en el momento de la necesidad de los usuarios. Se ofrecerá a profundidad herramientas para crear su propia campaña de publicidad pagada en buscadores como Google.

Módulo 1. Introducción a Search Engine Marketing
Módulo 2. Palabras clave (Keywords)
Módulo 3. Creación de anuncios
Módulo 4. Landing pages
Módulo 5. PPC Bidding
Módulo 6. Display advertising
Módulo 7. Shopping Ads
Módulo 8. Google My Business

• Email Marketing

Objetivo: Se revisará la importancia del email marketing dentro del plan de marketing digital, así como se podrá revisar una herramienta para el envío de campañas de Email Marketing.

Módulo 1. ¿Qué es el Email Marketing?
Módulo 2. Integrando el Email Marketing a la estrategia global
Módulo 3. Situación actual y definición de objetivos
Módulo 4. Audiencia, creación de listas y segmentación
Módulo 5. Diseñando nuestro email y contenidos
Módulo 6. Planeación, calendarización y selección de herramientas
Módulo 7. Ejecución de campaña y pruebas A/B
Módulo 8. Análisis y optimización

FACILITADOR 1

Dra. Teresa Treviño Benavides

SEMBLANZA:

La Dra. Teresa Treviño Benavides es Investigador Nacional por el Sistema Nacional de Investigadores (SIN) – Conacyt Nivel 1.

Obtuvo el grado de Doctorado en Ciencias Administrativas de la EGADE Business School, Sede Monterrey, y la maestría en Mercadotecnia de la misma institución. Ha sido estudiante en distintas universidades como Stanford University, en Palo Alto California; Hankuk University of Foreign Studies en Seúl, Corea del Sur; y en University of St. Gallen, en Suiza. Su línea de investigación se enfoca en el área de mercadotecnia digital y comportamiento del consumidor en Internet. Su investigación se ha publicado en journals como el Qualitative Market Research, Journal of Consumer Marketing, Journal of Leisure and Tourism Marketing, Journal of Digital & Social Media, entre otros.

FACILITADOR 2

Dr. Daniel Javier de la Garza Montemayor

SEMBLANZA AMPLIA:

Recibió la distinción Summa Cum Laude en la defensa de su tesis doctoral, y la Medalla José María Parás Ballesteros, en la categoría "Mérito Académico de Posgrado". Es Licenciado en Derecho y Maestro en Innovación Empresarial y Tecnológica del ITESM, obteniendo en este último grado una titulación adicional en Máster of Science in Management por parte de Babson College.

Tiene la distinción de Investigador Nacional, Nivel I dentro del Sistema Nacional de Investigadores durante el periodo 2021-2023, concedida por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (México), después de tener el nombramiento de candidato a Investigador Nacional del 2018 al 2020. En la actualidad se desempeña como Profesor-Investigador de tiempo completo de la Universidad de Monterrey, en el Departamento de Administración.

Cuenta con ponencias en importantes congresos internacionales, en donde ha sido invitado a impartir seminarios y diplomados en distintas universidades y ha dictado conferencias en diferentes estados de México y en países como Inglaterra, España, Colombia, Chile, Perú y Ecuador.

Ha producido más de cincuenta y cinco productos académicos en los que se cuentan tanto de capítulos de libros en editoriales de prestigio como en revistas indexadas. También ha fungido como coordinador de cuatro libros. Por último, ha colaborado también en proyectos de investigación interinstitucionales, y ha realizado estancias académicas en diversas instituciones entre las que se encuentran la Universidad Pablo Olavide (España), Universidad de Granada (España), Universidad del Rosario (Colombia), Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú) y la Universidad de Concepción (Chile).

FACILITADOR 3

Dr. Raúl Alejandro Aguilera Hernández

SEMBLANZA AMPLIA:

Actualmente es profesor de la Escuela de Negocios en la Universidad de Monterrey dentro de las carreras de Marketing Internacional y Marketing y Estrategia Creativa. Está a cargo de la impartición de cursos de pensamiento creativo, branding, marketing y estrategias integradas de mercadotecnia.

Ha trabajado en departamentos de publicidad social y en áreas de marketing dentro de la iniciativa pública y privada. Así mismo ha desarrollado investigación acerca de la creatividad publicitaria con la que ha participado en la Conferencia Internacional de Investigación en Publicidad (ICORIA).

Es licenciado en Ciencias de la Comunicación con Maestría en Publicidad y un doctorado en Comunicación Estratégica, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Autònoma de Barcelona. Se ha especializado en el estudio del comportamiento del consumidor, el análisis del producto creativo y la evaluación de la creatividad en el ámbito publicitario.

FACILITADOR 4

Cecilia Morales del Río

SEMBLANZA AMPLIA:

Actualmente es profesora en el Departamento de Administración de la Universidad de Monterrey , apoyando específicamente a la Licenciatura en Mercadotecnia Creativa.

Fue profesora en el Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales.

Impartiendo materias de marketing digital y publicidad en el Tecnológico de Monterrey.

Fungió como asesora de los incubandos en la incubadora de el ayuntamiento de Guadalajara apoyándolos en el desarrollo de su plan de marketing, estudios de mercado, branding y redes sociales.

Realizó sus estudios de maestría en dirección de mercadotecnia en la Universidad de Guadalajara (UDG).

Es egresada de la licenciatura en diseño y comunicación gráfica por parte de la Universidad de Guadalajara (UDG).

FACILITADOR 5

Francisco Tomás Zapata Guerrero

SEMBLANZA AMPLIA:

Profesor Investigador y Consultor de empresas. Actualmente es responsable de los Programas de Innovación y Cambio del Programa de Maestría en Administración (MBA) de la UDEM.

Es Ingeniero en Sistemas Computacionales por el Tecnológico de Monterrey con una Maestría en Administración (MBA) por parte del Tecnológico de Monterrey y otra Maestría en Iniciación Investigadora por parte de la Universidad Autónoma de Barcelona. Tiene Doctorado en Gestión Estratégica de Negocios por parte de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT).

Ganador a dos premios NOVUS a la Investigación Académica: Storytelling para Emprendimiento y Tecnología Inmersiva para la Mercadotecnia.

Cuenta con Certificaciones en: Emprendimiento por parte de la Universidad de Babson College en Boston, Massachusetts, USA. Aprendizaje Orientado a Proyectos por parte de la Universidad Esnchede, Holanda y por parte de la Universidad de Aalborg, Dinamarca. Profesor visitante en Tsinhua University, Beijing, China y Arizona State University, Arizona, USA.

Ha estado ligado 25 años a la docencia, la consultoría de negocios y dirección de empresas familiares, facilitador de Project Oriented Learning y de la metodología Storytelling para negocios.

FACILITADOR 6

Mónica Andrade Flores Verdad

SEMBLANZA AMPLIA:

Mónica Andrade es fundadora de la empresa Artek Futura, con sede en Monterrey, México y en Valencia, España, la cuál ha brindado desde el 2012 soluciones de Marketing Digital para más de 100 clientes.

Es experta en Marketing Digital y egresada de la Licenciatura de Mercadotecnia Internacional de la Universidad de Monterrey, en donde también ha impartido talleres de coaching para la Incubadora de Negocios. Cuenta con un Máster en Music Production, Technology and Innovation de Berklee College of Music y un Máster en Innovación Social por Playground.

Dentro de su trabajo artístico cuenta con un catálogo musical de más de 30 canciones producidas y publicadas en plataformas digitales, enfocando su trabajo más reciente al desarrollo de espacios temáticos en el metaverso y creación de experiencias de marca con nuevas tecnologías.

UDEM

• Competencias a desarrollar

- Desarrollar sensibilidad ante la importancia de la mercadotecnia digital y su aportación a los objetivos de la empresa.
- Será capaz de diseñar o analizar un sitio web siguiendo los criterios recomendados para la optimización en buscadores.
- Será capaz de diseñar y proponer anuncios en buscadores que sean atractivos para los usuarios en Internet.

• Beneficios del programa

- Herramientas y tendencias en el área de mercadotecnia digital.
- Conocimientos para la implementación de campañas de optimización de páginas web y posicionamiento en buscadores.
- Sensibilización sobre la importancia de la mercadotecnia digital y su impacto en la comunicación de marca.

• Inversión

- **$31,500 MXN**

- **¡OFERTA ESPECIAL!**
- ¡Consulta los paquetes y descuentos con nuestro asesor!

Para aclaraciones contáctenos a
info.online@udem.edu.mx

VIVE Y APRENDE
UNIVERSIDAD
DE MONTERREY

UDEM

Contacto

Tel. 8215-1000 ext. 8220 81 1611 5152
info.online@udem.edu.mx

VIVE Y APRENDE
UNIVERSIDAD
DE MONTERREY