



DEC División de Educación Continua
Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Contaduría y Administración



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

División de Educación Continua



Marketing Digital Estratégico

🕒 120 horas 📅 24 septiembre 2022

aprobado
DESCUENTOS
nuestros

Diplomado
A Distancia

PERFIL DE INGRESO 3

OBJETIVO 3

TEMARIO 4

EXPERTO ESPECIALISTA 8

INFORMACIÓN GENERAL 13



SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN

PERFIL DE INGRESO

Dirigido a CMO's, Directores, Gerentes y Ejecutivos de Mercadotecnia, Empresarios, Emprendedores, Profesionistas y Público en General con interés en desarrollar habilidades para el manejo de estrategias y herramientas digitales en marketing, e-commerce, publicidad, branding, redes sociales y promoción.

OBJETIVO

Desarrollar habilidades de estrategia en marketing digital para implementar una correcta dirección, ejecución y transformación digital del área de marketing a través de generar un caso real de marketing bajo un contexto académico.

TEMARIO

MÓDULO I

DIGITAL BENCHMARK & SOCIAL LISTENING

OBJETIVO: Conocerá los elementos para realizar un análisis sistemático y de profundidad del entorno digital con respecto a su competencia así como conocerá su reputación y todo aquello que se habla de la marca en el mundo digital a través de diferentes herramientas de monitorización.

- 1.1 Fundamentos y beneficios del Benchmark y el Social Listening.
- 1.2 Planning Digital Benchmark.
- 1.3 Práctica con Herramientas Digitales.
- 1.4 MEC's Monitoreo Estratégico de la Competencia y sus KPI's.
- 1.5 Entregable: Desarrollo de Caso.

MÓDULO II

ECOSISTEMA DIGITAL SEO/SEM

OBJETIVO: Conocerá las estrategias para mejorar, optimizar e incrementar el posicionamiento, tráfico e interacción de una página o sitio web en un motor de búsqueda aumentando su conversión en la intención de compra; conociendo y utilizando herramientas SEO y SEM.

- 2.1 Tendencias del mundo digital
- 2.2 SEO vs SEM.
- 2.3 Elementos del Ecosistema Digital: Streaming, pagos, portales, videojuegos, webinars, sitios, micrositos, metaverso, NTF's, e-mail marketing, ADS, CRM).
- 2.4 Importancia de la Omnicanalidad.
- 2.5 Entregable: Desarrollo de Caso

TEMARIO

MÓDULO III

ESTRATEGIA DIGITAL, EVALUACIÓN FINANCIERA Y KPI'S

OBJETIVO: Conocerá y desarrollará los objetivos y KPI's de marketing digital evaluando financieramente las campañas propuestas y alineándolas a la estrategia y objetivo general de la empresa utilizando las metodologías y herramientas OVART\$.

- 3.1 Construcción de Aquetipos: Buyer persona y comunidades estratégicas.
- 3.2 Construcción de la Estrategia.
- 3.3 Digital Marketing Funnel.
- 3.4 OVART\$.
- 3.5 KPI's & Dash Board.
- 3.6 Entregable: Desarrollo de Caso.

MÓDULO IV

CONTENT MARKETING

OBJETIVO: Conocerá los elementos para desarrollar un plan para la creación y distribución de contenido de marketing que sea relevante y valioso para atraer, adquirir y llamar la atención de un público objetivo bien definido y la construcción del Brandig de la marca con el fin de impulsar a los futuros clientes.

- 4.1 Estrategia de Content Marketing & Copy Writing.
- 4.2 Creación de títulos poderosos y de valor.
- 4.3 AIDA para construcción de Contenido.
- 4.4 MOFU, TOFU & BOFU.
- 4.5 Mapeo de Objeciones.
- 4.6 Entregable: Desarrollo de Caso

TEMARIO

MÓDULO V

SOCIAL MEDIA MARKETING

(WHATSAPP, FB, FB MESSENGER INSTAGRAM, TIK TOK YOUTUBE, LINKED IN, TWITTER Y OTRAS REDES SOCIALES)

OBJETIVO: Conocerá las herramientas para que a través de un plan pueda generar en distintos canales digitales de comunicación una relación entre la audiencia target y la marca para lograr interactuar con su comunidad e identificar embajadores de marca en social media.

- Funcionamiento, métricas, estrategia, administración, publicidad y creación de contenido con las herramientas:

5.1 Whassaapp bussines y sus bots.

5.2 Facebook business y messenger.

5.3 Instagram.

5.4 Tik Tok.

5.5 Youtube.

5.6 Linked Inn.

5.7 Twitter.

5.8 Otras redes sociales.

5.9 Entregable: Desarrollo de Caso.

TEMARIO

MÓDULO VI E-COMMERCE & MARKET PLACES

OBJETIVO: Conocerá las más importantes plataformas y estrategias para el desarrollo de canales de venta y distribución digital a través de e-commerce & market place.

- Eco – sistema del e-commerce:
 - 6.1 Pasarelas de pago,
 - 6.2 Market Places,
 - 6.3 Sistemas de logística e inventarios
 - 6.4 Analítica de sitios
 - 6.5 Inbound strategy.
 - 6.6 Herramientas de seguimiento e implementación de e-commerce.
 - 6.7 Entregable: Desarrollo de Caso.

NOTA: Al concluir y para aprobar el Diplomado en Marketing Digital Estratégico el participante deberá entregar en un documento digital con los entregables resultado de cada Módulo.

EXPERTO ESPECIALISTA

Héctor Javier González Ramírez

Licenciado en Contaduría por la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM. Cursó la Especialidad en Base de Datos como alumno sobresaliente en la Dirección General de Cómputo Académico de la UNAM. Maestro en Administración de Organizaciones - Egresado con Mención Honorífica por la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM. Participó en el Intercambio Académico de la UNAM con la Universidad de Texas en San Antonio y con la Universidad de Calgary en Canadá. Fue becado por la Unión Europea en las siguientes instituciones: Escuela de Altos Estudios Comerciales en París. Escuela Superior en Alta Dirección de Empresas en Madrid. Más de 25 años como catedrático en diferentes instituciones públicas, privadas y extranjeras en licenciatura, posgrado, diplomados, exámenes profesionales, exámenes de grado. Ha sido: Coordinador del Programa Emprendedores UNAM, Coordinador de Mercadotecnia en la FCA-UNAM, Coordinador del Programa UNAM - BANCOMEXT. Fundador de la Agencia de Mercadotecnia Estratégica KBB Marketing & Business. Es consultor, asesor, capacitador e implementador de negocios para startups, franquicias, PYMES y grandes empresas así como Profesor de Licenciatura, Diplomados y Posgrado en la UNAM y el Tecnológico de Monterrey campus Monterrey, CDMX y Santa Fe. Ha trabajado para TVAzteca, Elektra, Banco Azteca, Iusacell (hoy AT&T) y actualmente en Federación Mexicana de Fútbol.

EXPERTO ESPECIALISTA

Talina Cristhel Gutierrez Torres

Licenciada en Administración por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra en Mercadotecnia Integral por la Universidad Anáhuac, con Diplomado en Mercadotecnia por la UNAM y Marketing Digital por la Universidad Anáhuac. 22 años de experiencia profesional en medios como Televisión, Revistas, e Internet, desarrollando cargos gerenciales y/o directivos de Mercadotecnia y Planeación Estratégica en empresas como TV Azteca, Editorial Armonía y Grupo Elektra. Amplia experiencia como capacitadora en instituciones como UNAM, Tec de Monterrey, UIC, La Salle entre otras. Socia Fundadora de su propia agencia de mercadotecnia estratégica KBB Marketing Busines. Consultora de Negocios y comunicación estratégica para proyectos de alto impacto para empresas como GNP, Telcel, Kindergym, Gymboree, Samsung, CH Capital, Granut Mix, Marketing Group y diversas PyMEs. Presidenta y fundadora de la Asociación Civil Contagiando Voluntad, con la que ha logrado favorecer a más de 40 mil personas en situación vulnerable.

Nominada en el 2008 por la Revista Merca 2.0 como una de los Directores de Marketing con mayor proyección en México

EXPERTO ESPECIALISTA

Antonio Espinosa Méndez

Licenciado en administración por la Universidad Nacional Autónoma de México con diplomado en mercadotecnia por la misma máxima casa de estudios. Se ha desempeñado profesionalmente en áreas de comunicación y marketing. Inició su carrera profesional hace 11 años en una televisora regional de Veracruz, siendo parte de diferentes áreas como fotografía, video, producción y conducción, así como fotógrafo independiente con proyectos para el IMSS, SNTE e instituciones educativas públicas y privadas de Orizaba. Durante los últimos 6 años se ha especializado en el área de comunicación y marketing estratégico. Es director de comunicación de la asociación civil Contagiando Voluntad desde el 2016. Ingresó a la industria de los seguros en diferentes proyectos para GNP Seguros de estrategia digital, CRM, comunicación y experiencia del cliente. Es socio fundador y CCO (Chief Communications Officer) de KBB Marketing Business desde 2017. Desde hace 2 años también ha impartido diplomados, cursos y capacitaciones en marketing digital, comunicación, email marketing, Facebook Ads, Instagram for business para universidades como la UNAM, UNIVO y algunas empresas.

EXPERTO ESPECIALISTA

Jorge Blancas Solache

Licenciado en Administración con Diplomado en mercadotecnia por la Universidad Nacional Autónoma de México. Cuenta con más de 5 años de experiencia profesional, en los que ha tenido la oportunidad de especializarse en la investigación y capacitación de herramientas digitales orientadas al marketing. Se ha desempeñado en diversos puestos que han fungido como detonantes en el desarrollo de habilidades que le han permitido brindar capacitaciones, cursos y ser invitado como expositor en universidades como la UNAM y la Universidad Del Valle de Orizaba sobre marketing, tendencias y uso de herramientas digitales en organizaciones. Ha trabajado en diversos proyectos de marketing y UX research para lograr posibles soluciones a problemáticas planteadas por diversas empresas como GranutMix, Kindergym, CH capital, entre otras. Tiene como cliente la agencia KBB Marketing Business, empresa donde labora. Actualmente, se encuentra enfocado en la comunicación para plataformas digitales de GNP Seguros. Además, brinda capacitación semanal a su equipo de trabajo, para mantenerlos actualizados en temas digitales.

EXPERTO ESPECIALISTA

Giovani Serna Rosales

Licenciatura en Administración en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México. Tiene una Especialidad en Marketing por la misma facultad (FCA). Cuenta con varias certificaciones en Marketing Digital y Google Analytics validadas por IAB Spain & Google. Tiene conocimiento y el manejo de herramientas como SQL, Looker, Tableau. Curso una Maestría en Administración de la Tecnología en la Facultad de Contaduría y administración de la UNAM, donde se graduó por excelencia académica, actualmente su título está en trámite. En sus inicios estuvo enfocado al Marketing Digital, llevando campañas para marcas, influencers y partidos políticos como Nueva Alianza donde también participó de manera activa en el grupo de jóvenes y estuvo como candidato para la asamblea constituyente de la Ciudad de México por el mismo partido. Trabajo en las siguientes empresas que fueron formando su camino hacia el mundo del ecommerce: 1. Rappi 2. Aeromexico. Actualmente se encuentra laborando para “Mercado Libre” donde lleva el puesto de Commercial Analyst Mobile en el Marketplace. En esta empresa lleva laborando actualmente 4 años donde tuvo los siguientes puestos: Catalogue Vertical Coordinator (LATAM) - Home & Industries + Toys & Babies. Líder de Importación de Catálogo CPG / H&I. Catalog Manager Home & Industries/ CPG.

INFORMACIÓN GENERAL

Modalidad: a Distancia (ZOOM)

Inicio: 24 de septiembre de 2022 **Término:** 27 de enero de 2023

Duración: 120 horas

Horarios: Viernes de 18:00 a 22:00 y Sábados de 9:00 a 13:00 h.

Descuentos solo en pagos de una sola exhibición:

30% comunidad UNAM y comunidad DEC: \$ 21,000

25% público en general: \$22,500

Pago en parcialidades: \$30,000 (no aplican descuentos).

Fecha límite de inscripción: 19 de septiembre

En todos los casos **deberás solicitar**, a través de correo electrónico, **que te enviemos una referencia bancaria.**

Formas de pago:

- Por depósito bancario, **solo en efectivo, en ventanillas BBVA.**
- Por transferencia bancaria de **BBVA a BBVA.**
- Transferencia **desde otros bancos a BBVA**

¡Con gusto atenderemos tu solicitud!

Para comunicación y contacto, dirigirse con **Lic. Arturo Padilla** o **Lic. Karen Hernández**, coordinadores del evento, a los correos electrónicos **apadilla@dec.fca.unam.mx** o **khernandez@dec.fca.unam.mx**



SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN



decfcaunam



decfcaunam



@decfca