

Marketing Digital 360°

ACERCA DEL PROGRAMA

Inicio

Junio
2020

Finalización

Septiembre
2020

Frecuencia

19 a 22 hs.

Receso

Ya nada es como era. Internet llegó para quedarse y para cambiar la forma que hacemos todo (o casi).

En ese marco, empresas, profesionales y organizaciones en general, encuentran cada vez más desafíos en la intención de ejecutar acciones efectivas, eficientes y que generen valor.

En este mundo híper conectado, relacional y colaborativo, cambió también la forma de diseñar acciones de comunicación que impacten positivamente en los públicos a los cuales se atiende.

Este programa pretende ayudar a comprender este nuevo escenario sociocultural y de negocios en el cual hoy todos estamos inmersos, atendiendo particularmente a las nuevas formas de comunicación disponibles para las tareas de marketing y cómo estas se integran con las redes sociales cada vez más protagonistas.

¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de la Fundación UADE.
- Más de 55 años enseñando gestión de negocios.
- 25 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la Transferencia al Puesto de Trabajo.
- Contenidos asociados a la realidad del participante.
- Desarrollo de mejores prácticas de negocios.
- Toma de decisiones gerencial a través de casos.
- Docentes con vasta experiencia profesional y gerencial
- Infraestructura edilicia de primer nivel.

Beneficios que ofrece el programa Marketing Digital 360° de UBS

- Mejorar el perfil profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Superarse personal y laboralmente.
- Apalancar el crecimiento.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador.

Objetivos del programa

- Analizar los principales cambios socioculturales que exponen nuevos comportamientos en los individuos.
- Reconocer el impacto de las nuevas tecnologías en las personas y los negocios.
- Identificar los modelos de base sobre los cuales se apoyan los negocios en Internet.
- Analizar las diferentes herramientas, medios y soportes de comunicación en internet para el accionar de organizaciones, profesionales y marcas.
- Fomentar la comprensión de las formas pertinentes de comunicación a través de distintos medios y plataformas digitales.
- Sentar las bases para una criteriosa gestión de la comunicación en redes sociales.
- Ofrecer una mirada completa acerca de las comunicaciones integradas de marketing digital.

Destinatarios

Profesionales, responsables de Marketing, jefes de producto, ejecutivos de empresa, emprendedores y toda aquella persona que en su labor diaria requiera de los conocimientos básicos y elementales para la comprensión y la generación de campañas en marketing digital.

Metodología

Se expondrá el nuevo mundo del marketing digital, brindando un marco teórico y práctico a lo largo del curso. También se revisarán casos actuales de buenas prácticas para profundizar el tema.

Se trabajará en la resolución de situaciones propuestas por los docentes en trabajos individuales y grupales.

PLAN DE ESTUDIO

1 Introducción al futuro que llegó – Negocios online

Cambios en los contextos de negocios. Lo analógico, lo virtual y lo digital. Cultura digital. La era de la colaboración. La realidad de internet hoy: estadísticas globales y en Argentina. Tendencias y comportamientos del usuario digital.

Las nuevas reglas del juego de los negocios. E-Business. Modelos de negocios en internet. Modelos disruptivos. Casos de éxito. Aplicaciones móviles. E-Commerce y Social Media Commerce.

2 Marketing Digital 360°

De las comunicaciones integradas de marketing a las comunicaciones integradas de marketing digital. Conceptos, soportes y acciones de marketing digital. Sitios web. E-Mail marketing. Marketing en buscadores. Marketing viral. Redes sociales.

3 Google: el oráculo

Marketing en buscadores. Search engine marketing (SEM) y search engine optimization. Google AdWords. Armado de campañas en buscadores. Estructura de la campaña. Seguimiento de métricas.

4 Storytelling

Cómo utilizar al Storytelling y el Storyboard como herramientas de comunicación para generar un mayor nivel de impacto y engagement en las piezas creadas para Social Media.

5 Gamification - Realidad virtual y aumentada - Apps

La gamificación como estrategia de comunicación para millenials. Su enlace con las plataformas de social media y las apps. Desarrollo de apps para realidad aumentada y virtual. Sus diferencias y sus aplicaciones.

6 Marketing en Redes Sociales

Redes sociales y comunidades online: penetración y alcance. Comportamientos del usuario en redes sociales. Segmentación y público objetivo. Claves para las comunicaciones de marketing en redes sociales.

7 Facebook para organizaciones, emprendimientos y profesionales

Facebook para empresas, negocios y otras organizaciones. La red como canal de comunicación y atención de clientes y seguidores. Gestión de la presencia en la red. Interacción con la comunidad de seguidores. Creación y difusión de la "fan page". Publicaciones, publicidad y promoción. Seguimiento de la competencia.

8 Twitter: crear valor en 140 caracteres

Twitter. Usos en empresas, negocios y otras organizaciones. La red como canal de comunicación y atención a clientes y seguidores. Gestión de la presencia en la red. Interacción con la comunidad de seguidores. Código Twitter. Comunicación patrocinada.

9 Redes Sociales para todos

Mundo 2.0: LinkedIn, Instagram y otras redes sociales. Para qué cada una. Perfiles de usuarios y posibilidades para profesionales, empresas, negocios y organizaciones.

10 Gestión de Comunidades Online - Mundo Analytics

Community management. El rol del community manager y sus competencias requeridas. Claves para la gestión eficiente de redes sociales. Social media plan. Métricas de las comunicaciones integradas de marketing digital. Seguimiento de indicadores de navegación, alcance y engagement en redes sociales. ROI.



Docentes

OZU, PABLO

Profesor de Marketing y Marketing Digital en UADE Business School. MBA, Universidad del CEMA.

Licenciado en Relaciones Públicas, Universidad John F. Kennedy. Posgrados en la Industria de Entretenimiento y los Medios, Universidad de Palermo.

Es especialista en Marketing de Entretenimientos con proyectos realizados en la industria en espectáculos musicales, de diseño, TV y cine. Director General de cuentas en Comacs Argentina SA, agencia de marketing especializada en Digital Marketing, Contact Center y BTL Tecnológico. Consultor de marketing y speaker especializado en marketing digital y marketing ortodóntico, con múltiples seminarios dictados en Buenos Aires, Perú, Uruguay, Chile, El Salvador y Colombia, entre otros.

CASTIGLIONI, DAVID

Profesor de Marketing y Marketing Digital en UADE Business School.

MBA, ESEADE.

Posgrado en Gerencia y Negocio, Universidad de San Andrés.

Ingeniero en Electrónica, UTN.

Ocupó el cargo de Head of Front Office de Havas Media Group.

Fue Gerente General de Microsoft Advertising para Hispanoamérica, Radio La Red, del Grupo América TV de Argentina.

Directivo en: Grupo Finmeccanica Italia y Alcatel Francia; UOL Argentina y UOL Internacional, Telecom Argentina.

Coautor del libro "Mejor Marketing".

Actualmente es Country Manager para South Latam de Clever Services.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae.
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

CERTIFICACIÓN

Se deberá cumplir con el 75% de asistencia a los encuentros presenciales.

Consulte por valores y formas de pago a:
posgrados@uade.edu.ar

Cursos y programas que no constituyen carreras de posgrado en los términos del Art. 39 de la Ley de Educación Superior N° 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11



UADE Executive Education

Lima 775 (CABA)

Tel.: (54-11) 4000-7666

www.uade.edu.ar/capacitacion-ejecutiva

E-mail: posgrados@uade.edu.ar