



Marketing Digital

Programa Intensivo



next.u



Descripción del Programa

Este es un programa completo y práctico, que te permitirá entender las audiencias, las industrias, la competencia y los retos del negocio propio; para crear e implementar **estrategias digitales** a la medida, proporcionando a tus usuarios contenido de calidad y utilizando diferentes plataformas y medios digitales.

Desarrollando este programa intensivo, podrás **obtener tu certificado en 16 semanas** y además tendrás acceso a **clases en vivo con tutores especializados**, en las cuales podrás resolver dudas respecto a los conceptos estudiados en el módulo y tendrás la oportunidad de **desarrollar un ejercicio práctico** para afianzar tus competencias en el marketing digital.

Al finalizar el certificado estarás en capacidad de:

1. Diagnosticar el negocio (situación actual y retos) como insumo para la estrategia de mercadeo digital a desarrollar.
2. Diseñar una estrategia de mercadeo digital sostenible enfocada y alineada con los objetivos, recursos y áreas del negocio.
3. Determinar el segmento de audiencias de acuerdo con la estrategia de mercadeo digital y los resultados de la analítica web.
4. Seleccionar las herramientas, plataformas y medios del entorno digital que permitan la medición y monitoreo en tiempo real de la estrategia de mercadeo digital.
5. Implementar la estrategia de mercadeo digital buscando la optimización de las campañas y el presupuesto.
6. Evaluar el impacto de la estrategia digital en el negocio, a través del monitoreo de la analítica web y otras herramientas disponibles.
7. Construir un Plan de Mercadeo Digital.



Plan de Estudios

Nuestro plan de estudios intensivo requiere de tu dedicación para alcanzar los objetivos propuestos.

- Total de horas de estudio: **220 horas**
- Tiempo total: **16 semanas**
- Tiempo de desarrollo de cada módulo: **2 semanas**
- Horas de estudio por cada módulo: **25 a 28 horas**
- Horas diarias de estudio recomendadas: **2 horas - 7 días a la semana**

Al finalizar cada módulo tendrás acceso a una **clase en vivo**, con una duración aproximada de dos horas y media. Estas **sesiones son prácticas** y te permitirán afianzar los conceptos estudiados en el módulo.

Una vez apruebes el quiz correspondiente, podrás **programar tu sesión en vivo**.





Unidad 1: Estrategia de marketing

- **Lección 1:** El mercadeo en la empresa.
- **Lección 2:** Actividades del mercadeo I.
- **Lección 3:** Actividades del mercadeo II.
- **Lección 4:** Decisiones de mercadeo.
- **Lección 5:** Canales de mercadeo.

- ✓ **10 videos:** 45 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 2: La estrategia digital

- **Lección 1:** Acercamiento al mercadeo digital ¿es el momento?
- **Lección 2:** Recursos y herramientas de la estrategia digital.
- **Lección 3:** Herramientas y plataformas.
- **Lección 4:** Control, monitoreo y seguimiento a la estrategia digital.

- ✓ **8 videos:** 40 minutos
- ✓ **12 actividades:** 40 - 50 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 60 - 70 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 3: Integración del mercadeo tradicional y digital

- **Lección 1:** Integración de mercadeo tradicional y digital.
- **Lección 2:** Estrategias, medios y acciones.
- **Lección 3:** Identidad corporativa.
- **Lección 4:** Contenidos de calidad.

- ✓ **8 videos:** 40 minutos
- ✓ **12 actividades:** 40-50 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 60 - 70 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Unidad 4: Valor agregado a la estrategia de marketing digital

- **Lección 1:** Áreas del negocio: necesidad, mejoramiento e integración.
- **Lección 2:** Nuevos canales: comunicación y ventas.
- **Lección 3:** Redefinición del concepto de cliente.
- **Lección 4:** Optimización del gasto y la inversión.

- ✓ **8 videos:** 40 minutos
- ✓ **12 actividades:** 40 - 50 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 60 - 70 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 5: Objetivos de afinidad con la audiencia

- **Lección 1:** Trabajar con las audiencias.
- **Lección 2:** Contenidos para educar al usuario.

- ✓ **4 videos:** 20 minutos
- ✓ **12 actividades:** 40-50 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 60 - 70 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Sesión 1 (clase en vivo)

Análisis de la situación actual de una empresa para proponer una **estrategia de marketing** acorde con su situación y objetivos

Duración 2:30 horas



Unidad 1: Las redes sociales que mueven el mundo

- **Lección 1:** Las redes sociales y sus categorías.
- **Lección 2:** Facebook: descripción y usos.
- **Lección 3:** Instagram: descripción y usos.
- **Lección 4:** Twitter: descripción y usos.
- **Lección 5:** Youtube: descripción y usos.
- **Lección 6:** LinkedIn: descripción y usos.
- **Lección 7:** Redes sociales de nicho.

- ✓ **21 actividades:** 60 - 75 minutos
- ✓ **7 ejercicios:** 75 - 90 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 2: Redes sociales, una forma de comunicación

- **Lección 1:** La estrategia en redes sociales.
- **Lección 2:** La marca en redes sociales.
- **Lección 3:** Momentos de contacto con el cliente en redes sociales.
- **Lección 4:** Administración de momentos de contacto.
- **Lección 5:** Integración de medios tradicionales y redes sociales.
- **Lección 6:** Comunidades empresariales en redes sociales.
- **Lección 7:** El diseño de campañas en redes sociales.

- ✓ **11 videos:** 40 minutos
- ✓ **4 podcast:** 25 minutos
- ✓ **21 actividades:** 60 - 75 minutos
- ✓ **7 ejercicios:** 75 - 90 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Unidad 3: Valor agregado a la estrategia de marketing digital

- **Lección 1:** Las redes sociales y el área de negocio.
- **Lección 2:** Crisis en redes sociales.
- **Lección 3:** Manejo de crisis en redes sociales.
- **Lección 4:** Impacto de la estrategia en redes sociales.
- **Lección 5:** Dinámicas de medición en las redes sociales.
- **Lección 6:** Herramientas para el monitoreo en redes sociales.
- **Lección 7:** Acciones en redes sociales para mejorar las métricas.

- ✓ **10 videos:** 45 minutos
- ✓ **3 podcast:** 15 minutos
- ✓ **1 lectura:** 15 minutos
- ✓ **21 actividades:** 60 - 75 minutos
- ✓ **7 ejercicios:** 75 - 90 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Sesión 2 (clase en vivo)

Desarrollar una **estrategia para redes sociales** como parte de una estrategia digital.

Duración 2:30 horas.



Unidad 1: La marca en el entorno digital

- **Lección 1:** Creación y construcción de marca.
- **Lección 2:** Actividades en audiencias digitales.
- **Lección 3:** Gestión de las relaciones públicas en digital.
- **Lección 4:** Creatividad publicitaria.
- **Lección 5:** Socialización de la marca.

- ✓ **10 videos:** 40 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **6 ejercicios:** 65 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 2: Contenidos interactivos

- **Lección 1:** Diseñar comunicaciones gráficas y visuales.
- **Lección 2:** Infografías y diseños emocionales.
- **Lección 3:** Redacción de contenidos digitales.
- **Lección 4:** Experiencia de usuario I.
- **Lección 5:** Experiencia de Usuario II.

- ✓ **10 videos:** 40 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 3: La marca en el entorno jurídico

- **Lección 1:** La marca: construcción de un negocio.
- **Lección 2:** Políticas en la protección a consumidor.
- **Lección 3:** Aspectos jurídicos en el manejo de crisis en redes sociales.
- **Lección 4:** Entorno jurídico de la comunicación y venta en digital I.
- **Lección 5:** Entorno jurídico de la comunicación y venta en digital II.

- ✓ **10 videos:** 40 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Unidad 4: Arquitectura y diseño web

- **Lección 1:** Elementos claves en la arquitectura y diseño web.
 - **Lección 2:** Sistema de Gestión de Contenidos.
 - **Lección 3:** Estructura Básica Web: HTML5 y CSS3.
 - **Lección 4:** Identidad Digital.
 - **Lección 5:** Desempeño de sitios web.
- ✓ **8 videos:** 30 minutos
 - ✓ **2 podcast:** 10 minutos
 - ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
 - ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
 - ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Sesión 3 (clase en vivo)

Desarrollar una estrategia de branding, propuesta de concepto creativo, diseño de infografía y evaluación de arquitectura web para una marca específica.

Duración 2:30 horas



Unidad 1: Entorno de la Analítica Web

- **Lección 1:** El comportamiento del usuario en el mundo digital.
- **Lección 2:** Segmentación de las audiencias en el entorno digital.
- **Lección 3:** Seleccionar las plataformas adecuadas para la audiencia en línea.
- **Lección 4:** Reportes y hallazgos de la analítica web.
- **Lección 5:** Creación de una página web rastreable.

- ✓ **10 videos:** 45 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 2: Herramientas de la Analítica Web

- **Lección 1:** Analítica Web.
- **Lección 2:** Herramientas de Analítica Web en redes sociales.
- **Lección 3:** Métricas de Analítica Web.
- **Lección 4:** Herramientas de medición de desempeño web.
- **Lección 5:** Métricas de comercio electrónico.

- ✓ **8 videos:** 40 minutos
- ✓ **12 actividades:** 40 - 50 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 3: Modelo de medición de la estrategia digital

- **Lección 1:** El modelo de medición de la estrategia digital.
- **Lección 2:** Los KPI del modelo de medición.
- **Lección 3:** El plan de medios.
- **Lección 4:** Seguimiento del plan de medios.
- **Lección 5:** Resultados vs. ROI de la empresa.

- ✓ **8 videos:** 40 minutos
- ✓ **12 actividades:** 40 - 50 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 60 - 70 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Unidad 4: Usabilidad de la analítica

- **Lección 1:** Los códigos de seguimiento.
- **Lección 2:** Rutear al usuario.
- **Lección 3:** Analítica para diferentes dispositivos.
- **Lección 4:** Big data.
- **Lección 5:** Tendencias y rendimiento del sitio web.

- ✓ **8 videos:** 40 minutos
- ✓ **12 actividades:** 40 - 60 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 60 - 70 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Sesión 4 (clase en vivo)

Realizar un informe y el diseño de medición de una **estrategia digital**.

Duración 2:30 horas



Unidad 1: ¿Qué es email marketing?

- **Lección 1:** Un nuevo canal de comunicación, ventas y servicio.
- **Lección 2:** Selección de la herramienta de e-mail marketing.
- **Lección 3:** Plataformas de e-mail marketing.
- **Lección 4:** Integración de las plataformas de e-mail marketing con el CRM.
- **Lección 5:** E-mail marketing, más que ventas.

- ✓ **9 videos:** 35 minutos
- ✓ **1 podcast:** 5 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 2: Adecuación de la estrategia de e-mail marketing

- **Lección 1:** Audiencias: segmentación por campaña u objetivo.
- **Lección 2:** Bases de datos como insumo de la estrategia.
- **Lección 3:** La autenticación del correo electrónico.
- **Lección 4:** La ruta del cliente en las campañas de e-mail marketing.
- **Lección 5:** La conversión a clientes en campañas de e-mail marketing.

- ✓ **9 videos:** 35 minutos
- ✓ **1 podcast:** 5 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Unidad 3: Puesta en marcha de las campañas de e-mail marketing

- **Lección 1:** Gestión de listas de contacto según segmentos o audiencias.
- **Lección 2:** Las campañas de e-mail marketing.
- **Lección 3:** El diseño de plantillas.
- **Lección 4:** Automatizar las campañas de e-mail marketing.
- **Lección 5:** Integración de la herramienta de e-mail marketing a la plataforma de comercio electrónico.
- **Lección 6:** Indicadores de medición en las campañas de e-mail marketing.

- ✓ **10 videos:** 35 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 4: Email marketing avanzado

- **Lección 1:** Segmentación avanzada.
- **Lección 2:** Clasificación de los correos electrónicos.
- **Lección 3:** Optimización de la campaña de e-mail marketing.
- **Lección 4:** Impacto de las campañas de e-mail marketing.

- ✓ **7 videos:** 25 minutos
- ✓ **1 podcast:** 5 minutos
- ✓ **12 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 50 - 60 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Sesión 5 (clase en vivo)

Realizar un informe y el diseño de medición de una **estrategia digital**.

Duración 2:30 horas



Unidad 1: Medios digitales como una nueva alternativa publicitaria

- **Lección 1:** Branding y performance.
- **Lección 2:** Medios digitales - Google I.
- **Lección 3:** Medios digitales - Google II.
- **Lección 4:** Medios digitales - Facebook e Instagram.
- **Lección 5:** Medios digitales - Twitter y LinkedIn.

- ✓ **10 videos:** 40 minutos
- ✓ **15 actividades:** 50 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 50 - 60 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 2: Primeros pasos en campañas digitales

- **Lección 1:** Publicidad como inversión.
- **Lección 2:** Métodos de medición en campañas digitales.
- **Lección 3:** En búsqueda del mejor resultado de campaña.
- **Lección 4:** Concepto creativo de una campaña digital.
- **Lección 5:** Adaptación de contenido.

- ✓ **10 videos:** 30 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 50 - 60 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 3: De la planeación a la ejecución de las campañas digitales

- **Lección 1:** El brief.
- **Lección 2:** KPI's en campañas digitales.
- **Lección 3:** El plan de medios digital.
- **Lección 4:** Pixeles de seguimiento para medir las campañas.
- **Lección 5:** Puesta en marcha de la campaña digital.

- ✓ **10 videos:** 35 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 75 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Unidad 4: Evaluación y mejora de las campañas digitales

- **Lección 1:** Herramientas de análisis para campañas digitales - Parte 1.
- **Lección 2:** Herramientas de análisis para campañas digitales - Parte 2.
- **Lección 3:** El plan táctico en las campañas de pauta.
- **Lección 4:** Manejo de imprevistos.

- ✓ **8 videos:** 30 minutos
- ✓ **12 actividades:** 45 - 50 minutos
- ✓ **4 ejercicios:** 50 - 60 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Sesión 6 (clase en vivo)

Definir una estrategia de pauta enfocada en objetivos de **branding - performance** y realizar el plan táctico, teniendo como referente la realidad y retos del negocio.

Duración 2:30 horas



Unidad 1: Diagnóstico SEO

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Lección 1: Introducción al SEO.• Lección 2: Los objetivos SEO.• Lección 3: Usabilidad y arquitectura SEO.• Lección 4: Diagnóstico y benchmarking SEO. | <ul style="list-style-type: none">✓ 9 videos: 40 minutos✓ 1 podcast: 5 minutos✓ 12 actividades: 45 - 60 minutos✓ 4 ejercicios: 50 - 60 minutos✓ Evaluación de la Unidad: 30 minutos |
|--|--|

Unidad 2: Estrategias SEO/SEM

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Lección 1: Las palabras clave SEO/SEM• Lección 2: Validación y relevancia de las palabras clave SEO/SEM• Lección 3: Linkbuilding en páginas web y palabras clave.• Lección 4: Linkbuilding para redes sociales.• Lección 5: Implementación de palabras clave SEO/SEM. | <ul style="list-style-type: none">✓ 10 videos: 40 minutos✓ 15 actividades: 45 - 60 minutos✓ 5 ejercicios: 50 - 60 minutos✓ Evaluación de la Unidad: 30 minutos |
|--|---|

Unidad 3: Aspectos On Page

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Lección 1: Dominios.• Lección 2: URLs del sitio.• Lección 3: Metainformación I.• Lección 4: Metainformación II.• Lección 5: Indexación.• Lección 6: Error 404. | <ul style="list-style-type: none">✓ 12 videos: 45 minutos✓ 18 actividades: 60 - 70 minutos✓ 6 ejercicios: 60 - 75 minutos✓ Evaluación de la Unidad: 30 minutos |
|---|---|



Unidad 4: Estructura SEM

- **Lección 1:** Introducción a SEM.
- **Lección 2:** Grupos de anuncios.
- **Lección 3:** Concordancia y palabras clave.
- **Lección 4:** Estrategias de puja.
- **Lección 5:** Análisis de puja.

- ✓ **9 videos:** 30 minutos
- ✓ **1 podcast:** 5 minutos
- ✓ **15 actividades:** 50 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 60 - 70 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Sesión 7 (clase en vivo)

Desarrollar actividades para el diseño de una **campaña SEO y SEM**, basada en un diagnóstico de la situación actual de una organización y en los diferentes elementos que componen el análisis y uso apropiado de elementos para el buen posicionamiento en la red, aumento de tráfico web y conversión de clientes.

Duración 2:30 horas



Unidad 1: Entorno empresarial

- **Lección 1:** Entorno interno del negocio en digital 1.
- **Lección 2:** Entorno interno del negocio en digital 2.
- **Lección 3:** Macro entorno del negocio en digital 1.
- **Lección 4:** Macro entorno del negocio en digital 2.
- **Lección 5:** DOFA como herramienta de evaluación.

- ✓ **9 videos:** 30 minutos
- ✓ **1 podcast:** 5 minutos
- ✓ **15 actividades:** 50 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 50 - 60 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos

Unidad 2: Ejecución de tu Plan de Mercadeo Digital

- **Lección 1:** Objetivos de tu Plan de Mercadeo Digital.
- **Lección 2:** La estrategia de tu Plan de Mercadeo Digital.
- **Lección 3:** Las actividades o tácticas de tu Plan de Mercadeo Digital.
- **Lección 4:** Seguimiento y control a tu Plan de Mercadeo Digital.
- **Lección 5:** Informe del Plan de Mercadeo Digital.

- ✓ **9 videos:** 40 minutos
- ✓ **1 podcast:** 5 minutos
- ✓ **15 actividades:** 45 - 60 minutos
- ✓ **5 ejercicios:** 50 - 60 minutos
- ✓ **Evaluación de la Unidad:** 30 minutos



Sesión 8 (clase en vivo)

Solución de dudas para el desarrollo del proyecto final del certificado.

Duración 2:00 horas



Proyecto de Certificación

El proyecto final del certificado te permite crear un **Plan de Marketing Digital** para tu propio negocio, empresa o idea de negocio. Al finalizar, contarás con una estrategia completa que incluirá:

1. Viabilidad del negocio en digital
2. Estrategia del Plan de Marketing Digital.
3. Marco estratégico de una campaña para Redes Sociales.
4. Campaña de Email Marketing.
5. Propuesta de contenidos digitales.
6. Plan de Seguimiento y control.



Es hora de comenzar este camino de aprendizaje. **¡Adelante!**