



• **DIPLOMADO**

Optimización del Mercadeo Digital con IA



**80
HORAS**



**HYFLEX
PRESENCIAL
Y VIRTUAL
EN VIVO**



**FACILIDADES
DE PAGO**



DESCRIPCIÓN

Este diplomado está diseñado para ofrecer a los participantes una comprensión completa y actualizada de las estrategias de marketing digital, con un enfoque especial en el uso de la inteligencia artificial (IA) y la automatización para potenciar la eficiencia y los resultados. A lo largo de los cuatro módulos, los estudiantes explorarán desde los fundamentos del marketing digital hasta las herramientas y técnicas más avanzadas para optimizar campañas, analizar datos y automatizar procesos, todo en un entorno de aprendizaje práctico y orientado a resultados.

DIRIGIDO A

El **Diplomado en Optimización del Mercadeo Digital** con apoyo de la IA está dirigido a profesionales de marketing, comunicación, tecnología, análisis de datos y otros interesados en mejorar sus habilidades en el ámbito digital. También es ideal para emprendedores, dueños de negocios y consultores que buscan optimizar sus estrategias de marketing mediante el uso de herramientas avanzadas como la inteligencia artificial y la automatización, mejorando así su competitividad y toma de decisiones en un entorno digital en constante evolución.

¡INVIERTE EN TU DESARROLLO PROFESIONAL!

Las asignaturas serán impartidas por especialistas nacionales e internacionales

Ofrecemos facilidades de pago sin intereses para que tu educación sea accesible

OBJETIVOS

Desarrollar estrategias de marketing digital y redes sociales efectivas utilizando herramientas de inteligencia artificial para mejorar la segmentación, creación de contenido y optimización de campañas, maximizando la visibilidad y el engagement en el entorno digital.

Implementar técnicas avanzadas de SEO y SEM con un enfoque en la automatización y el análisis predictivo, permitiendo a los estudiantes diseñar campañas basadas en datos que optimicen los motores de búsqueda y aumenten la eficiencia de la publicidad pagada.

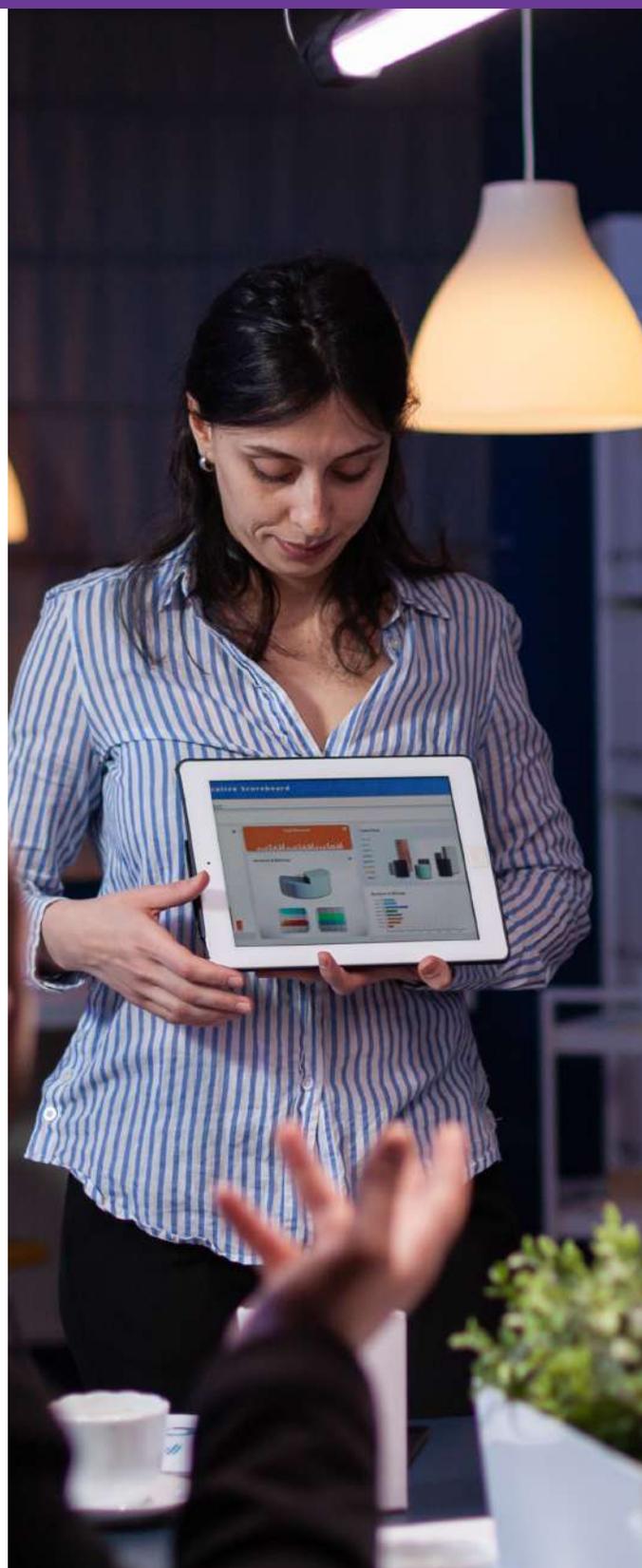
Medir y optimizar el retorno de inversión (ROI) en campañas digitales mediante el uso de analítica avanzada, incluyendo métricas clave y herramientas de análisis predictivo con IA para tomar decisiones estratégicas informadas y en tiempo real.

Aplicar tecnologías avanzadas en marketing digital, como la hiperconectividad omnicanal, la comunicación bidireccional impulsada por IA, la integración de APIs y la automatización de procesos (RPA), para crear campañas integradas, eficientes y adaptadas a las expectativas de los consumidores en un entorno digital en constante cambio.



BENEFICIOS PROFESIONALES

- Desarrolla habilidades avanzadas en marketing digital y usa IA para optimizar campañas.
- Mejora el Rendimiento sobre la Inversión (ROI) y la analítica de datos, impulsando la eficiencia.
- Adquiere conocimientos en herramientas tecnológicas innovadoras y lidera proyectos reales.
- Aumenta tu visibilidad en el mercado y proyecta tu perfil profesional como experto.



PLAN DE ESTUDIOS

NO.	MÓDULOS	HORAS
1.	Estrategias de Marketing Digital y Redes Sociales 4.0	20
2.	Optimización SEO y SEM	20
3.	Analítica Web y KPIs en Marketing Digital	20
4.	Automatización y Herramientas de IA para el Marketing Digital	20

TOTAL

80



TEMARIO

Estrategias de Marketing digital y redes sociales 4.0

1. Fundamentos del Marketing Digital y Redes Sociales

- Evolución y tendencias del marketing digital
- Comparativa entre marketing tradicional y marketing digital
- Ecosistema digital: Plataformas y canales

2. Análisis de Tendencias en Redes Sociales

- Identificación de tendencias actuales en redes sociales
- Herramientas para el análisis de tendencias
- Adaptación de estrategias a cambios en el comportamiento del usuario

3. Segmentación de Audiencias usando IA

- Introducción a la segmentación de audiencias
- Herramientas de IA para análisis de datos de audiencia
- Creación de perfiles de usuario y segmentación avanzada
- Personalización de mensajes y contenido según el segmento

4. Creación de Contenido Relevante y Atractivo

- Tipos de contenido en redes sociales: Imágenes, videos, infografías, etc
- Estrategias de storytelling para engagement
- Herramientas impulsadas por IA para la generación de contenido

5. Uso de Herramientas Analíticas y de IA en Marketing Digital

- Introducción a las herramientas de análisis de datos en marketing
- Uso de IA para análisis predictivo en campañas
- Medición de KPIs y métricas relevantes en redes sociales
- Interpretación de datos y ajuste de estrategias basados en insights

6. Optimización de Campañas en Redes Sociales

- Técnicas de optimización de anuncios en redes sociales
- A/B testing en campañas digitales
- Automatización de campañas para mejorar eficiencia
- Ajuste de campañas en tiempo real usando IA para maximizar el engagement y el ROI

7. Casos Prácticos y Taller de Estrategias Digitales

- Ejemplos de estrategias digitales exitosas.
- Análisis de campañas con alto engagement.
- Taller práctico: Diseño y simulación de una campaña de marketing digital utilizando IA.

Optimización SEO y SEM

1. Introducción al SEO y SEM

- Definición y diferencias entre SEO y SEM.
- Importancia del SEO y SEM en el marketing digital.
- Cómo se relacionan con los objetivos generales de una empresa.

2. Principios Básicos del SEO

- Factores que influyen en el posicionamiento en motores de búsqueda.
- Componentes de un plan de SEO exitoso
- Herramientas y métricas para el análisis SEO

3. Investigación y Selección de Palabras Clave

- Métodos para identificar palabras clave relevantes.
- Herramientas de IA para análisis de palabras clave.
- Estrategias para la selección de palabras clave de alta conversión.

4. Estructura y Optimización del Sitio Web

- Mejores prácticas para la arquitectura de un sitio web.
- Optimización de URL, estructura de enlaces y navegación.
- Estrategias para mejorar la experiencia de usuario (UX) en SEO.

5. Técnicas de SEO On-Page

- Optimización de meta tags (títulos y descripciones)
- Creación de contenido optimizado para motores de búsqueda
- Optimización de imágenes, enlaces internos y estructura de encabezados
- Estrategias de optimización de velocidad de carga y rendimiento

6. Estrategias de SEO Off-Page

- Introducción a la construcción de backlinks y su importancia
- Técnicas para obtener backlinks de calidad
- Reputación y autoridad de dominio: cómo mejorarla
- Estrategias de relaciones públicas digitales para SEO

7. Fundamentos de SEM y Publicidad Pagada

- Introducción a las campañas de publicidad pagada en motores de búsqueda
- Principales plataformas de SEM (Google Ads, Bing Ads)
- Tipos de anuncios y estructuras de campañas en SEM

8. Creación y Optimización de Campañas SEM

- Selección de palabras clave y configuración de anuncios
- Uso de la IA para la automatización de campañas SEM
- A/B testing en anuncios y ajuste de pujas
- Métricas clave para medir el rendimiento de campañas SEM

9. Análisis Predictivo y Automatización en SEO y SEM

- Uso de IA para análisis predictivo en estrategias de SEO y SEM
- Automatización de tareas repetitivas y optimización de recursos
- Herramientas de IA para anticipar tendencias de búsqueda
- Cómo implementar mejoras en tiempo real basadas en datos

10. Planificación Estratégica en SEO y SEM

- Cómo alinear las estrategias de SEO y SEM con los objetivos de negocio
- Creación de un plan de marketing digital integral con SEO y SEM
- Estrategias para maximizar el retorno de inversión (ROI)
- Revisión y ajustes continuos basados en resultados y análisis de datos

Analítica Web y KPIS en Marketing Digital

1. Introducción a la Analítica Web en Marketing Digital

- Importancia de la analítica web en la toma de decisiones de marketing
- Principales conceptos y terminología en analítica digital
- Herramientas fundamentales para el análisis web

2. Definición y Configuración de KPIs en Marketing Digital

- Identificación de KPIs (Indicadores Clave de Desempeño) relevantes para campañas digitales
- Selección de KPIs alineados con objetivos de negocio
- Configuración y monitoreo de objetivos en Google Analytics

3. Métricas Esenciales para Medir el Rendimiento Digital

- Análisis de métricas de tráfico (Visitas, usuarios, páginas vistas)
- Métricas de comportamiento (Tiempo en el sitio, tasa de rebote, páginas por sesión)
- Métricas de conversión (Conversión de objetivos, tasa de conversión, valor de conversión)

4. Uso de Google Analytics para el Análisis de Datos

- Introducción a Google Analytics y su configuración básica
- Creación de segmentos de audiencia y análisis de cohortes
- Configuración de eventos y objetivos personalizados para medir acciones específicas
- Análisis de flujos de usuarios y visualización de embudos de conversión

5. Análisis de Conversiones y Cálculo del Retorno de Inversión (ROI)

- Definición de conversiones y su importancia en el marketing digital
- Técnicas para rastrear conversiones en diferentes plataformas
- Cálculo y análisis del ROI de campañas digitales

6. Optimización Basada en Datos

- Identificación de oportunidades de mejora a partir de los datos recolectados
- Estrategias para la optimización de campañas en tiempo real
- Herramientas de IA para optimización automática de anuncios y contenido

7. Analítica Predictiva Aplicada al Marketing Digital

- Conceptos de analítica predictiva y su aplicación en marketing
- Uso de IA para anticipar el comportamiento del usuario
- Modelos predictivos para la optimización de campañas y segmentación de audiencias

8. Toma de Decisiones Estratégicas Basadas en KPIs y Datos Predictivos

- Cómo transformar datos en decisiones estratégicas efectivas
- Priorización de acciones en función del análisis de KPIs
- Ejemplos de casos prácticos y ejercicios de simulación para toma de decisiones

9. Estudio de Caso y Taller Práctico de Analítica Web

- Análisis de un caso real de analítica web en marketing digital
- Taller práctico: Configuración de KPIs y análisis de resultados en una campaña simulada
- Aplicación de IA para ajustes y optimización en tiempo real



Automatización y Herramientas de IA para el Marketing Digital

1. Introducción a la Innovación Tecnológica en Marketing Digital

- Panorama de las tecnologías emergentes en marketing
- La evolución de la automatización y el uso de IA en el mercadeo digital
- Beneficios y desafíos de integrar tecnología avanzada en estrategias de marketing

2. Hiperconectividad Omnicanal para la Experiencia del Cliente

- Conceptos de omnicanalidad e hiperconectividad en marketing
- Estrategias para ofrecer una experiencia de cliente fluida en todos los canales digitales
- Herramientas y técnicas para sincronizar canales y mejorar la interacción del usuario

3. Comunicación Bidireccional con IA

- Implementación de IA en la interacción con los usuarios
- Uso de chatbots y asistentes virtuales para responder en tiempo real
- Personalización de respuestas y mejora en la satisfacción del cliente mediante IA

4. Integración de APIs Avanzadas para la Conectividad de Sistemas

- Introducción a las APIs y su importancia en marketing digital.
- Herramientas para la integración de sistemas y automatización de datos
- Ejemplos de API avanzadas en marketing y su aplicación en campañas.

5. Automatización de Procesos con RPA (Automatización Robótica de Procesos)

- Fundamentos de RPA y su aplicación en marketing digital.
- Identificación de tareas repetitivas y su automatización mediante RPA.
- Casos de uso de RPA para mejorar la eficiencia en marketing.

6. Implementación de IA para la Optimización de Campañas en Tiempo Real

- Técnicas de análisis predictivo para ajustar campañas sobre la marcha
- Uso de IA para la segmentación avanzada y recomendaciones personalizadas
- Herramientas de optimización automatizada de anuncios y contenido

7. Uso Responsable y Ético de la Inteligencia Artificial en Marketing

- Principios éticos en el uso de IA en marketing
- Protección de la privacidad y el manejo ético de datos de los consumidores
- Regulaciones y mejores prácticas para un marketing responsable

8. Medición y Análisis de Resultados con Herramientas de IA

- Uso de IA para la recolección y análisis de datos en campañas
- Principales KPIs y métricas para evaluar el impacto de estrategias automatizadas
- Herramientas de visualización de datos y generación de reportes con IA

9. Casos Prácticos y Taller de Automatización en Marketing Digital

- Estudio de casos de empresas que aplican IA y automatización en sus estrategias
- Taller práctico: Creación de una campaña automatizada utilizando IA y RPA
- Simulación de escenarios y ajustes en tiempo real basados en datos.

10. Proyecto Final: Estrategia Integral de Marketing Digital con IA y Automatización

- Desarrollo de un proyecto final que integre los conocimientos adquiridos
- Presentación de una estrategia de marketing digital que utilice IA y automatización
- Evaluación de la propuesta por docentes y compañeros, con retroalimentación





.dream ^{by} 

ÉXITO Y TECNOLOGÍA A UN SOLO CLICK



¡RESERVA TU CUPO!



5859-0042



ucem.edu.ni

Km. 4.5 Carretera Panamericana Sur.
De los semáforos del Guanacaste 2 cuadras al
oeste, 1 cuadra al norte, contiguo a INVUR.
Managua, Nicaragua