



DIPLOMADO

DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL



ÍNDICE

DESCRIPCIÓN	3
OBJETIVOS	3
A QUIEN VA DIRIGIDO	3
METODOLOGÍA	4
RECURSOS	4
PLAN DE ESTUDIOS	5
INVERSIÓN Y FORMAS DE PAGO	11
FORMULARIO INSCRIPCIÓN	12
CONTACTO	13



DESCRIPCIÓN:

Este curso formará a profesionales para liderar equipos de marketing digital, desarrollar estrategias innovadoras y tomar decisiones basadas en datos. A lo largo del programa, los participantes fortalecerán sus habilidades de liderazgo en entornos digitales, aprenderán a gestionar equipos creativos multidisciplinarios y dominarán herramientas avanzadas de analítica y business intelligence. Además, explorarán metodologías ágiles, estrategias omnicanal y el impacto de la inteligencia artificial en el marketing.

OBJETIVOS:

Al final del diplomado los participantes estarán en capacidad de:

- Dirigir y motivar equipos multidisciplinarios de marketing digital (CMs, diseñadores, analistas, copywriters).
- Diseñar estrategias de marketing digital alineadas con los objetivos de negocio.
- Usar herramientas avanzadas de analítica (Google Analytics, Power BI, Data Studio).
- Implementar dashboards de seguimiento de KPIs en marketing digital.
- Crear estrategias de contenido efectivas para distintos formatos y plataformas.
- Incorporar inteligencia artificial en estrategias de automatización y personalización.
- Optimizar campañas basadas en datos para maximizar el retorno de inversión (ROI).

A QUIEN VA DIRIGIDO

Gerentes, líderes de Marketing Digital, especialistas en redes sociales y social media managers y coordinadores, consultores y emprendedores y profesionales en el área de publicidad, comunicación, diseño, negocios, tecnología. Todo profesional que quisiera proyectarse o ya está en una posición de director(a) de Marketing Digital.

METODOLOGÍA

Este programa consta de 60 horas. La formación fomenta la participación activa y variada, distribuyéndose entre:

- Clases 100% presenciales.
- Documentación sobre cada Unidad docente:
Apuntes en pdf con toda la materia recibida, infografías, lecturas recomendadas.
- Prácticas en equipo e individuales.
- Videos complementarios del aprendizaje
- Estudios de casos de éxitos

RECURSOS

Laptop u otro dispositivo electrónico de preferencia.



PLAN DE ESTUDIOS

Tema I: Liderazgo en la era digital

Carga académica: (09 horas)

Objetivo: Desarrollar habilidades de liderazgo adaptadas al entorno digital.

CONTENIDO TEMATICO

1. Introducción al liderazgo en entornos digitales

- Diferencias entre liderazgo tradicional y liderazgo digital (presencial y remoto).
- Tipos de liderazgo en marketing digital (adecuado al equipo de profesionales).
- Características del líder digital.

2. Gestión del cambio y transformación digital

- ¿Qué es la transformación digital y cómo impacta el marketing?
- Cómo liderar equipos en entornos de cambio constante.
- Modelos de transformación digital exitosos.

3. Toma de decisiones basada en datos

- Data-driven marketing: cómo usar la información para liderar estrategias.
- Del insight a la acción: cómo interpretar datos y actuar rápido.
- Herramientas clave para toma de decisiones informadas.

4. Habilidades de comunicación y motivación en equipos digitales

- Comunicación asertiva en entornos remotos e híbridos.
- Motivación y productividad en equipos de marketing.
- Técnicas de liderazgo colaborativo.

5. Neuromarketing y liderazgo persuasivo

- Uso de la neurociencia en la gestión de equipos.
- Cómo persuadir y generar confianza en entornos digitales.

Práctica: Test de autodiagnóstico de liderazgo digital + Simulación de toma de decisiones basadas en datos.

Tema II: Gestión de equipos creativos y multidisciplinarios

Carga académica: (09 horas)

Objetivo: Capacitar en la dirección de equipos conformados por Community Managers, Creadores de Contenido y Diseñadores Gráficos.

CONTENIDO TEMATICO

1. Estructura y roles dentro de un equipo de marketing digital

- ¿Cómo formar y organizar un equipo digital?
- Funciones clave: content creator, copywriter, diseñador, CM, analista.

2. Metodologías ágiles aplicadas al marketing digital

- Introducción a Scrum, Kanban y Design Thinking.
- Cómo aplicar metodologías ágiles en la gestión de campañas.

3. Gestión del talento y cultura de innovación

- ¿Cómo atraer, retener y motivar talento digital?
- Resolución de conflictos y gestión del estrés en equipos creativos.

4. Coaching y mentoría en equipos de marketing

- Cómo desarrollar habilidades de coaching.
- Métodos para guiar y potenciar el talento del equipo.

5. Evaluación de desempeño y feedback efectivo

- Cómo medir la productividad en un equipo digital.
- Técnicas de retroalimentación para mejorar resultados.

Práctica: Simulación de una reunión de equipo aplicando metodologías ágiles

TEMA III: Analítica de datos y Business Intelligence

Carga académica: (15 horas)

Objetivo: Enseñar el uso de herramientas analíticas para la toma de decisiones estratégicas.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Fundamentos de analítica de datos en marketing

- ¿Qué es la analítica digital y cómo impacta la toma de decisiones?
- Principales métricas y KPIs en marketing digital.

2. Uso de herramientas de analítica digital

- Google Analytics 4 (GA4): configuración y análisis.
- Herramientas de social listening y tracking.

3. Interpretación de métricas clave y dashboards ejecutivos

- Cómo crear reportes que impacten.
- Métricas relevantes en SEO, SEM, redes sociales y email marketing.

4. Modelos de atribución y medición de ROI

- Cómo evaluar la efectividad de las campañas.
- Comparación entre modelos de atribución.

5. Inteligencia Artificial aplicada a la analítica digital

- Uso de Machine Learning para la optimización de campañas.
- Predicción de tendencias y comportamiento del consumidor.

Práctica: Creación de un dashboard de KPIs en Google Data Studio (Looker Studio).

TEMA IV: Creación y gestión de estrategias digitales

Carga académica: (15 horas)

Objetivo: Desarrollar habilidades para diseñar, implementar y evaluar estrategias de marketing digital.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Estructura de un plan de marketing digital

- Definición de objetivos (OKR, SMART goals).
- Fases de una estrategia digital.

2. Estrategias omnicanal y customer journey

- Integración de canales online y offline.
- Cómo diseñar el recorrido del cliente.

3. Optimización y medición de campañas

- Modelos de atribución y medición de ROI.
- Growth hacking y experimentación en marketing.

TEMA V: Innovación y transformación digital

Carga académica: (6 horas)

Objetivo: Entender cómo las nuevas tecnologías impactan el marketing y cómo adaptarse a ellas.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Tendencias tecnológicas en marketing

- IA en marketing: chatbots, asistentes virtuales, personalización.
- Blockchain, NFTs y su impacto en la industria.

2. Nuevos modelos de negocio digitales

- Ejemplos de disrupción digital (Airbnb, Tesla, Netflix).
- Suscripción mensuales, micro-pagos y marketplaces.

Práctica: Brainstorming de ideas de innovación en marketing

TEMA VI: Ética y responsabilidad en el Marketing Digital

Carga académica: (6 horas)

Objetivo: Promover prácticas éticas y responsables en la gestión de datos y campañas digitales.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Principios éticos en el marketing digital

- Transparencia y honestidad en la comunicación digital.
- Publicidad engañosa y sus consecuencias legales y reputacionales.
- Casos de estudio de marcas con crisis por falta de ética.

2. Privacidad y protección de datos en entornos digitales

- Regulaciones clave (GDPR, CCPA y otras legislaciones de privacidad).
- Uso responsable de datos de clientes y personalización sin invasión.
- Prácticas seguras en el manejo de bases de datos y CRM.

3. Responsabilidad social corporativa y marketing digital

- La importancia del propósito de marca y su impacto en la audiencia.
- Campañas de impacto social y su alineación con los valores corporativos.
- Greenwashing y otras prácticas engañosas en el marketing digital.

4. Inteligencia Artificial y sesgos en la publicidad digital

- Ética en el uso de IA en la creación de contenido y segmentación.
- Cómo evitar sesgos algorítmicos en campañas digitales.
- Responsabilidad en el uso de influencers virtuales y deepfakes.

5. Manejo de crisis de reputación en entornos digitales

- Cómo responder a crisis de reputación de manera ética y efectiva.
- Gestión del discurso de odio y comentarios negativos en redes sociales.
- Casos de crisis mal manejadas y buenas prácticas de recuperación.

INVERSIÓN Y FORMA DE PAGO:

El costo es de RD\$22,000.

Forma de pago. Las formas de pago admitidas son: efectivo, tarjeta de crédito, cheque de administración y transferencia a cuenta bancaria.

1. Inscripción individual:

A. : Pago convencional

- **50%** Inscripción
- **25%** 2da. cuota a los 30 días a partir de la fecha en que inicia el diplomado.
- **25%** 3ra. cuota a los 15 días del segundo pago

Nota:

Al cumplirse el mes de haber iniciado el diplomado se vence la 1era. cuota. Si se paga con retraso se pagará un cargo de un 10% del valor adeudado.

B. Depósito o transferencia:

- Banco Popular Dominicano
Cuenta corriente número: 828134031

Nota: Enviar vía correo electrónico el voucher a: ventas@icda.edu.do con copia a cobros2@icda.edu.do. Teléfono: 809-535-0665 ext. 2321 y 2322.

C. Línea de crédito de FUNDAPEC:

- Llenar formulario SI-01
- Completar e imprimir formulario de solicitud de crédito en línea:
<https://www.fundapec.edu.do/>

2. Inscripción Empresarial:

- a) Llenar formulario SI-01
- b) Carta compromiso de la empresa, sellada y firmada

2. Inscripción Empresarial:

- a) Llenar formulario SI-01
- b) Traer carta compromiso de la empresa, sellada y firmada por la persona responsable del pago.

COORDINADOR:

Prof. Edgar Arguello

Coordinador del Diplomado

DESCUENTO:

Se dispone de descuentos aplicables en las siguientes condiciones:

1. Público General:

- a) 10% de descuento por pago total en efectivo o depósito en cuenta.
- b) 7.5% de descuento por pago total con tarjeta de crédito.

2. Público Empresarial:

- c) 5% de descuento de 3 a 5 participantes
- d) 10% de descuento de 6 a 10 participantes
- e) 15% de descuento de 11 participantes en adelante

“PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS”

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN Y SOLICITUD DE CRÉDITO

SI-01

A CREDITO SI () NO ()

 PAGADO POR EMPRESA SI () NO ()
 % QUE PAGA LA EMPRESA _____ % RD\$ _____

FORMULARIO INSCRIPCIÓN

FACTURAR A LA EMPRESA		RNC		FECHA DE INSCRIPCIÓN / /	
NOMBRES		APELLIDOS		NIVEL ACADÉMICO ALCANZADO	
CEDULA O PASAPORTE -	SEXO FEM. () MASC. ()	FECHA NACIMIENTO / /		LUGAR DE NACIMIENTO	
ESTADO CIVIL SOLTERO () CASADO ()	TELÉFONO RESIDENCIAL () -	CELULAR / BEEPER () -		E-MAIL	
DIRECCIÓN ACTUAL		LOCALIDAD		TRABAJA SI () NO ()	
NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE TRABAJA		PERSONA DE CONTACTO/ PAGO		DIRECCIÓN DE EMPRESA	
CARGO ACTUAL	DEPARTAMENTO	TELÉFONO (S) EMPRESA () -		EXTENSION () FAX () -	
HA PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN OTROS CURSOS DE UNICDA SI () NO ()		NOMBRE CONYUGE O PARIENTE		TELÉFONO CONYUGE O PARIENTE () -	
FACTURA O CARTA AUTORIZADA DE EMPLEADOR SI () NO ()		PORQUE MEDIO SE ENTERO DE ESTE CURSO			
PROGRAMA					
TÍTULO DEL DIPLOMADO O CURSO				GRUPO	
DURACIÓN	HORARIO-DÍAS	FECHA INICIO / / 20		FECHA TÉRMINO / / 20	
PARA USO EXCLUSIVO DE UNICDA					
COSTO TOTAL DEL DIPLOMADO O CURSO RD\$		COSTO A PAGAR POR INSCRIPCIÓN RD\$		BALANCE PENDIENTE A PAGAR RD\$	
MODALIDAD DE PAGOS	1ERA CUOTA RD\$	2DA CUOTA RD\$			
FECHA DE PAGOS	1RA / / 20	2DA / / 20			
POLÍTICA DE REEMBOLSO Y COMPROMISO DE PAGO					
Se devolverá el dinero que pague el participante solamente en el caso de que el curso o diplomado sea cancelado.		COMPROMISO DE PAGO: Me comprometo a pagar en las fechas indicadas y los montos estipulados en este formulario. En caso de faltar, autorizo a cancelar mi derecho de seguir participando en clases.			
FIRMA DEL PERSONAL DE UNICDA Y/O CENTRO DE GERENCIA	FIRMA DEL PARTICIPANTE		FIRMA AUTORIZADA POR REGISTRO		

CONTACTO:

Información adicional e inscripción

Universidad Domínico Americano
Web: www.unicda.edu.do

Twitter: @ElDominico

Facebook e Instagram:
@Unicdard

Tel: 809-535-0665 opción 3

Flotas: 829-417-1464 / 1465
y 829-748-5144 / 5145

Email: ventas@icda.edu.do

Av. Abraham Lincoln #21. Santo Domingo,
República Dominicana

