

Diplomado

Marketing Interactivo

Duración 128 horas

Objetivo general:

Este diplomado da a conocer la importancia de la Publicidad Digital y el Marketing Interactivo así como los elementos que componen el Ecosistema y su interacción. Brinda una visión general de la evolución de los medios digitales y el papel estratégico que México tiene dentro de la inversión publicitaria.

Beneficio:

Conocimientos teóricos.

Los participantes:

- Conocerán la importancia de la comunicación interactiva, así como a quiénes protagonizan la publicidad interactiva y su función dentro del proceso de comunicación publicitaria.
- Tendrán una visión general de la evolución de los medios electrónicos en México y el mundo; además, comprenderán el papel estratégico de los nuevos medios electrónicos y su creciente participación en la inversión publicitaria de los anunciantes.
- Comprenderán la importancia de conocer cuáles son los estímulos que más atraen a la compra de sus clientes y los elementos que influyen su toma de decisiones en un medio digital para con ello ofrecer un mayor atractivo al utilizar la publicidad interactiva.
- Conocerán las acciones convencionales y no convencionales de la publicidad interactiva así como las vías de comercialización.
- Conocerán las leyes que afectan directamente al desarrollo de una acción de publicidad interactiva.

Herramientas prácticas:

El participante:

- Obtendrá los conocimientos necesarios para realizar una investigación de mercado, con las técnicas adecuadas, en el área de la comunicación interactiva.
- Aprenderá a desarrollar en forma práctica sus habilidades en el proceso de creación publicitaria para medios interactivos.
- Obtendrá los conocimientos necesarios para desarrollar la planeación e integración de la publicidad interactiva en la mezcla de comunicación y en los planes de medios.
- Desarrollará un enfoque práctico en los esquemas de contratación de los medios electrónicos así como la medición de la eficiencia de la publicidad interactiva a través de la verificación y el monitoreo.

Dirigido a:

Egresado de Carreras de Mercadotecnia, Comunicación, Diseño Gráfico, Negocios, Tecnologías de la Información o afín con conocimientos en:

- Fundamentos teóricos de Publicidad y Marketing.
- Experiencia deseable de al menos 2 años en Marketing.
- Experiencia básica en Marketing Digital.
- Del idioma inglés, comprensión de textos y oral 80% al menos.

Requisito:

Fundamentos teóricos de publicidad y mercadotecnia. Experiencia deseable de al menos 2 años en MKT. Idioma inglés, comprensión oral y de textos al menos en un 80%.

Contenido:**Módulo 1 Introducción al marketing interactivo**

El participante reconocerá el origen, conceptos básicos, aplicación, potencial de las herramientas del Marketing Interactivo, así como los hábitos de navegación del consumidor a fin de integrar todos los elementos del Ecosistema Digital.

Temario

1. Historia del internet.
2. Evolución del modelo de Marketing.
3. El enfoque al consumidor.
4. Las generaciones de nuevos consumidores.
5. Hábitos de navegación.
6. Análisis del comportamiento online.

Duración del módulo: 20 horas**Módulo 2 Estrategia integral de marketing interactivo**

El participante identificará el marco regulatorio en el ámbito del Marketing Digital así como las restricciones a tomar en cuenta al momento de realizar una estrategia de comunicación.

Temario

1. Introducción a las tecnologías de la información y su régimen jurídico.
2. Propiedad intelectual y marketing digital.
3. Publicidad en internet.
4. Iniciativas de leyes que pueden afectar el marco regulatorio de internet en México.

Duración del módulo: 12 horas**Módulo 3 Inteligencia de mercados**

El participante analizará el uso, beneficios y formatos de las distintas herramientas de los dispositivos móviles para las campañas de comunicación y publicidad digital.

Temario

1. Redes sociales.
2. Influencia y Word of Mouth.
3. Planeación de estrategias.
4. Crisis en social media.
5. Plataformas sociales.
6. Aspectos legales.

Duración del módulo: 16 horas**Módulo 4 Mobile**

Analizará el uso, beneficios y formatos de las distintas herramientas de los dispositivos móviles para las campañas de comunicación y publicidad digital.

Temario

1. Conceptos básicos de mobile.
2. Target.
3. SEM mobile.
4. Herramientas mobile.
 - 4.1 Display
 - 4.2 Sitios móviles
 - 4.3 Apps
 - 4.4 Tecnologías de proximidad (Códigos 2D, NFC)
 - 4.5 Realidad aumentada

Duración del módulo: 12 horas

Módulo 5 Search Marketing

Analizará los conceptos, factores y principales técnicas que definen el posicionamiento en buscadores tanto en resultados orgánicos como en anuncios pagados.

Temario

1. Introducción a los buscadores.
2. Factores clave para el posicionamiento orgánico.
3. Factores clave para la publicidad en buscadores.
4. Campañas publicitarias en buscadores.
5. Seguimiento de conversiones.

Duración del módulo: 12 horas

Módulo 6 Social Media

El participante analizará los elementos que intervienen en un plan estratégico e Integral de marketing interactivo para una pertinente toma de decisiones al diseñar una estrategia de comunicación.

Temario

1. La estrategia.
2. Enfoque de oportunidades.
3. Planteamiento de objetivos
4. Plan de acción integral

Duración del módulo: 12 horas

Módulo 7 Creatividad

El participante identificará la importancia de la medición online y analizará indicadores específicos para la toma de decisiones en sus estrategias de comunicación.

Temario

1. Introducción.
2. Metodologías y herramientas de medición.

3. Momentos de medición en los diferentes medios digitales.
 - 3.1 Etapa pre.
 - 3.2 Etapa durante.
 - 3.3 Etapa post.
4. La Medición como elemento integrador.

Duración del módulo: 12 horas

Módulo 8 Planeación de medios interactivos

El participante aplicará distintas técnicas para desarrollar el pensamiento creativo que se emplean en el desarrollo de una campaña de comunicación en plataformas digitales.

Temario

1. Conceptos de creatividad.
2. Ecosistema digital.
3. Desarrollo creatividad en agencias,
4. El insight.
5. Técnicas creativas.
6. Formatos.
7. Estrategia de contenidos.
8. De AIDA al Consumer Journey.
9. Presentación de campañas.

Duración del módulo: 20 horas

Módulo 9 Legislación de la publicidad en internet

El participante analizará los elementos que componen un plan de medios interactivos para el correcto diseño y adecuado seguimiento de sus estrategias de comunicación.

Temario

1. Antecedentes.
2. Planeación de medios interactivos.
3. Primeros pasos.
4. Pasos Interactive media plan.

Duración del módulo: 12 horas