

UMPE

UNIDAD DE MAESTRÍAS Y
POSGRADOS EN ECONOMÍA.

Programa avanzado en Gestión de Marketing Digital

Especialista en
**MARKETING
DIGITAL**

100% online

Comienzo: agosto

Duración: 4 meses

Universidad de Montevideo
Unidad de Maestrías y Posgrados en Economía.

umpe@um.edu.uy / umpe.um.edu.uy
Prudencio de Peña 2544, Montevideo, Uruguay

 **UM**
UNIVERSIDAD DE MONTEVIDEO





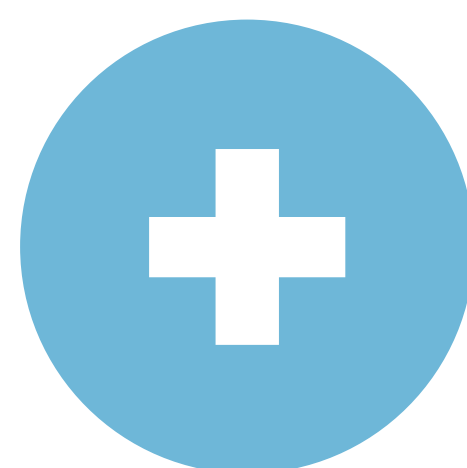
Modalidad

8 Módulos

Clases 2 veces por semana 2 horas y 45 mins.

Martes y jueves | 8:00 a 10:45 hs. (UY)

Formato: 100% online en vivo*



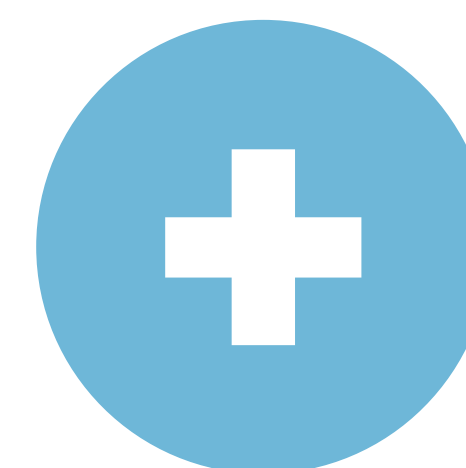
6 Masterclass

Sesiones de 1 una hora y media sobre temas específicos

Formato: híbrido presencial en Universidad de Montevideo

u online en vivo*

Fechas a confirmar



3 Ping Pongs

Sesiones de 45 mins. de preguntas y respuestas con líderes del mercado

Formato: 100% online en vivo*

Fechas a confirmar

*Todas las grabaciones quedan a disposición.



Modalidad



Duración

4 meses
Total de horas: 90

Dedicación extra recomendada

3-5 horas semanales

Próximo inicio

15 de agosto 2023

Objetivo

Adquirir los conocimientos, habilidades prácticas y herramientas necesarias para crear e implementar estrategias de marketing digital que conjuguen de forma coherente los principales componentes de la disciplina.

Tendrás un manejo conceptual avanzado y un nivel de ejecución intermedia en cada área, logrando aprendizajes prácticos y concretos desde las primeras sesiones.



¿Para quién está diseñado?

- Personas que tienen roles activos en áreas relacionadas al marketing (encargados de marketing, ecommerce, community managers, creadores de contenidos), que tienen los conceptos básicos y buscan profundizar en las ideas y práctica de los distintos componentes del marketing digital, para tener una visión más amplia, poder ejecutar a nivel intermedio y hablar el mismo idioma que los especialistas, sea agencia o equipo interno.
- Emprendedores con conocimientos básicos que quieren planificar y ejecutar estrategias integrales de marketing digital.
- Estudiantes avanzados de carreras de comunicación o negocios que tengan conocimientos básicos de marketing digital y quieran enfocar su carrera en la disciplina.

*El nivel de conocimiento se mide con el Test de Conocimiento básico de 10 mins. Por cualquier duda sobre el perfil laboral de nuestros alumnos, podés consultar con el Coordinador Académico del programa.



Para quienes no:

- Personas que quieran especializarse solo en una de las áreas/módulos.
- Personas que ya tienen conocimientos avanzados en varios módulos.
- Personas que trabajan en áreas totalmente ajenas al marketing o tienen cargos directivos.
- Emprendedores que tienen necesidades muy puntuales.



Programa

Metodología

Teórico-práctica con múltiples ejercicios basados en casos reales para realizar durante la clase. Se ponen a disposición materiales adicionales para quienes quieran profundizar en cada módulo.

Requisitos

- Conocimientos básicos de marketing digital.
- Conocimientos básicos de inglés.
- Manejo fluido de la PC, Paquete de Office, Sheets y Docx.
- Manejo fluido de redes sociales.
- Contar con un dispositivo con cámara y micrófono para las clases.

Algunas herramientas que se van utilizar:





Programa

¿Por qué elegirlo?



Reconocimiento y calidad de Universidad de Montevideo.



Modalidades mixtas que favorecen el intercambio y acercamiento a profesionales destacados.



Clases dictadas por especialistas locales e internacionales.



Enfoque práctico.



Programa intensivo y corto.



Temario

Módulo 01 Branding y estrategia digital (2 sesiones) - Helena Perello

Objetivo: Que entiendas el valor de la marca y el mix de canales para construir una relación auténtica y relevante con la audiencia.

El nuevo Marketing Mix: Datos, Creatividad y Personas

- En busca de un propósito poderoso para construir una marca sólida.
- Los datos: fuente de información esencial para plantear la creatividad con un enfoque estratégico.
- La marca como ADN y no como envoltorio.

Branding y estrategia de canales

- Omnicanalidad: entender el mix de canales.
- Canales de marketing digital (medios propios, pagados, ganados).
- Entrega orgánica y paga.
- Adecuar el mensaje, el formato y el tono a cada momento y canal.
- Customer journey: una experiencia holística, adecuada, auténtica, relevante y memorable.

Módulo 02 Gestión de clientes e inbound marketing (4 sesiones) - Román Hughes

Objetivo: Que sepas definir tus objetivos y armar estrategias para gestionar a tus clientes según su etapa en el proceso de compra, y veas qué oportunidades de automatizaciones pueden hacer tu trabajo escalable. Aprender a medir el éxito de tus campañas y testear con metodología A/B para optimizar resultados.

- Pilares de tu estrategia digital: objetivos, canales y KPIs.
- Branding vs Performance.
- Conceptos de marketing inbound y outbound.
- Cuándo utilizar cada estrategia.
- Armado y personalización de estrategias basadas en comportamiento, y masivas.
- Los distintos canales de owned media, y buenas prácticas para cada uno.
- Micromomentos.
- El customer journey, la interacción de los distintos canales.
- Data-driven marketing: la práctica del A/B testing.
- La atribución y la incrementalidad - su importancia y cómo medirlos correctamente.



Temario



Módulo
03

Marketing de Contenidos

(4 sesiones) - Cocreado con HEPIC Content Marketing



Objetivo: Que logres generar contenido que haga crecer a tu negocio (vender más, atraer más talento, obtener más visibilidad, etc.) a través de la generación de vínculos con tu audiencia. Veremos qué contenidos crear, cómo hacerlo y la mejor manera de crear una estrategia de contenidos sostenible en el tiempo.

Sesión 1 y 2: El modelo AVC del Marketing Digital y el modelo HEPIC 10

- Definición de unidades de negocio, público, oferta, promesa, objetivos.
- Buyer's Journey.
- Tipos de contenido y contenidos de valor.
- Estrategia de contenidos.
- Ecosistema digital.
- Engagement y buenas prácticas.
- Herramientas.
- Evaluación de resultados.

Sesión 3: Textos en posts & emails

- Fórmulas de copywriting para crear textos efectivos.
- Buenas prácticas para los textos digitales (como legibilidad, principios básicos de

UX, maquetación, emojis, etc.).

- Tono de voz e identidad verbal.
- Cómo generar (y medir) el impacto de tus textos.

Sesión 4: Diseñando los contenidos

- El Proceso de diseño.
- El Manual de Marca.
- Brief de diseño.
- ¿Qué es un buen diseño?
- Tendencias de diseño y contenidos.
- Formatos para Redes Sociales.
- Tips básicos para dominar el feedback de comunicación visual.



Temario



Campañas en Redes Sociales (5 sesiones) - Federica Vila

Objetivo: Que comprendas cómo funcionan los anuncios en redes sociales y puedas implementar campañas en Facebook, Instagram, Messenger y LinkedIn, y tengas un marco conceptual de tik tok ads y Spotify Ads.

Meta

- El entorno de Meta.
- Presencia Orgánica vs paga.
- Páginas y perfiles de Facebook e Instagram.
- Promociones de la Página y perfil.
- Administrador de Anuncios.
- Business Manager, Activos, Personas y roles.
- Cuenta publicitaria.
- Facturación y pagos.
- Estructura de campaña.
- Tipos de objetivos.
- Ubicaciones.
- Presupuesto y oferta.
- Segmentación: Públicos principales, personalizados y similares.

- Anuncios: imagen, video, secuencias y otros formatos.
- Pixeles y conversion tracking.
- Conversiones estándar, personalizadas y offline.
- Modelos de atribución.

LinkedIn Ads

- Oportunidades.
- Diferencias con Meta.

Marco conceptual de Tik Tok Ads

Marco conceptual de Spotify Ads



Temario

Módulo 05 Campañas en Google Ads (5 sesiones) - Belén Capó

Objetivo: Que conozcas cómo funciona la plataforma de Google Ads, aprendas a estructurar e implementar campañas, y comprendas su potencial para alcanzar tus objetivos.

Temas

1. Creación y configuración de la cuenta
2. Campañas de búsqueda
 - Conceptos clave
 - Factores de posicionamiento
 - Estructura y componentes de las campañas.
 - Concordancia y relevancia de las palabras clave
 - Seguimiento y medición de resultados.
3. Campañas de Display, Video y Discovery.
4. Campañas Inteligentes y de Máximo Rendimiento.
5. Campañas de shopping
6. Herramientas de planificación y análisis de campañas.

Módulo 06 Planificación de Medios, Optimización y Reporting (2 sesiones) - Federica Vila / Belén Capó

Objetivo: Que aprendas cómo plasmar una estrategia de medios pagos con el modelo de Plan de Medios, sepas cómo proyectar resultados y calcular presupuestos. También que aprendas a optimizar campañas y armar reportes.

Armado de un plan de Medios

Optimización

Reporting



Temario



Módulo
07

Ecommerce (3 sesiones)
Cocreado con Fenicio Ecommerce



Objetivo: Que entiendas cómo funcionan las tiendas online y decidas qué mecanismos son mejores para tu negocio y cómo aumentar las ventas en el canal.

Tecnología

- ¿Qué es una plataforma de eCommerce?
- Tipos de plataformas de eCommerce.
- ¿Qué tener en cuenta a la hora de elegir una plataforma de eCommerce?
- Principales plataformas de eCommerce disponibles en Uruguay.
- Otras conexiones / integraciones (ERPs, OMS, marketplaces, etc.)
- Diseño responsive, usabilidad y user experience (UX).

Gestión de productos y stock

- Gestión de catálogo y productos.
- Clasificación de productos.
- Cómo impacta el SEO en la definición de categorías y menús.
- Gestión de stock y control de inventario.

Métodos de pago y seguridad

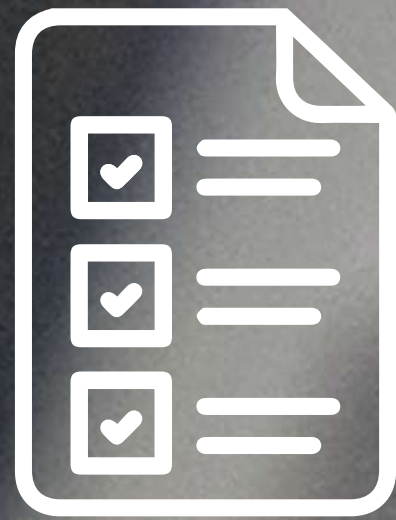
- Medios de pago en eCommerce (online y offline).
- Seguridad en eCommerce.

Logística y envío de pedidos

- Operación y gestión de envíos.
- Opciones de envío.
- Seguimiento de pedidos.

Marketing aplicado a eCommerce:

- Atención al cliente y gestión de reclamaciones.
- Principales métricas para eCommerce.
- Casos de éxito y tendencias en eCommerce.
- Herramientas de marketing para eCommerce (plataformas de email marketing, marketing automatizado, etc.).



Temario



Medición y Analítica en Google Analytics 4

(5 sesiones) Cocreado con IKAUE - Agencia de optimización basada en datos



Objetivo: Que aprendas cómo plasmar una estrategia de medios pagos con el modelo de Plan de Medios, sepas cómo proyectar resultados y calcular presupuestos. También que aprendas a optimizar campañas y armar reportes.

- ¿Qué es Google Analytics?
- ¿Para qué sirve la analítica digital?
- Evolución de Google analytics: de Urchin a GA4.
- Las bases: Qué y cómo mide GA4.
- Cómo configurar GA4: Cuentas, propiedades y flujos de datos.
- Los ámbitos de datos de GA4: Evento, sesión y usuario.
- Gestión de usuarios de GA4: ID's y fuentes para su diferenciación.
- Las métricas de GA4: Qué mide y cómo lo hace.
- Dimensiones de GA4: Clasificación de la info.
- Interfaz de informes.
- La AI en GA4 - ¿Google puede analizar solo?
- Dimensiones de una campaña.
- Modelos de atribución.

Profesores



Helena Perelló Draper

Es licenciada en Comunicación Audiovisual por la UPF, Máster en Marketing por ESADE y experta en comunicación corporativa, redes sociales y estrategia digital. Tras su paso por un par de agencias de comunicación, participó en el desarrollo del www.gen-cat.cat, en el departamento de Atención Ciudadana de la Generalitat de Catalunya. De 2007 a 2016 fue Directora de Marketing y Comunicación de Grupo Echevarne y en 2016 se incorporó a Atrápalo como Directora de Comunicación Global.

En paralelo, Helena ha invertido su tiempo y dinero en Patadon, un e-commerce de calzado deportivo y en Plug&Go Solutions, start-up de instalación de puntos de recarga para vehículo eléctrico. También ha co-fundado junto a otras 4 mujeres Baúl Weekend: un proyecto solidario. Desde 2019 también es profesora de branding y estrategia digital en el Master de Digital Product Manager de Nuclio Digital School, co-directora del Master Internacional in e-sport business del ISDE Barcelona y profesora del Master de Marketing Digital de la Universidad de Montevideo.



Román Hughes

Dueño de canales propios de Rappi a nivel Global, foco en mejora del ciclo de vida y LTV de los usuarios. Líder de campañas de promoción propias regionalmente, sponsor de equipo de Producto Growth. Equipo de 50+ personas.



Amós García de Ikaue

Soy diplomado en Ciencias Empresariales en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Master en Bolsa y Mercados Financieros en el Instituto Europeo de Posgrado.

En el año 2014 comencé ejerciendo como analista digital en Singular Factory, una empresa que crea y desarrolla proyectos digitales. Desde 2017 trabajo en el equipo de Iñaki Huerta como analista digital gestionando clientes de gran reputación internacional realizando labores que van desde la preparación de planes de medición, configuración de las herramientas para la medición de datos web y app, asesoramiento a clientes, análisis de datos, reporting, hasta tareas más técnicas y relacionadas con la extracción, modelado y exposición de los datos.

Dentro de Ikaue trabajo activamente dando formaciones internas de google analytics y google bigquery. He ejercido como profesor en la Universidad de las Islas Baleares impartiendo clases en el Módulo de Analítica en el Posgrado de Marketing Digital y Community Management y también en el Instituto Aragonés de Empleo (INAEM) en el Módulo de Fuentes de datos en Datastudio.



Alejandro Ocampo

Diseñador Gráfico - Equipo de HEPIC. Ale es argentino, pero hace 13 años vive en Uruguay.

Antes de estudiar la carrera de diseño, trabajó durante 12 años en Grupo Bimbo, en donde adquirió mucho conocimiento sobre el mundo corporativo. Desde 2019 trabaja de manera freelance con varias empresas de consumo masivo, y hoy forma parte del equipo de HEPIC, en donde realiza diseños principalmente para empresas del sector B2B.



Kytu Thielmann

Copywriter - Equipo de HEPIC. Kytu es paraguaya y, aunque estudió abogacía, desde 2018 se dedica a escribir para vender. Tras terminar la formación de copywriting con Javi Pastor (España), trabajó de forma freelance con diversos clientes de todo el mundo, entre ellos Superhábitos (Argentina – sector de emprendimiento), Dean Romero (España – redacción SEO) y Cova Díaz (España – redacción SEO). Hoy forma parte del equipo de HEPIC, en donde escribe posts, páginas de venta y correos para empresas del sector financiero y tecnológico.



Belen Capó

Belén trabaja como Digital Fundraising & DRTV at UNICEF Uruguay y es responsable de construir y entregar estrategias para atraer nuevos donantes y clientes potenciales a través de canales digitales y DRTV.

También colaboró con Amnistía Internacional Uruguay como consultora de comunicación y crecimiento, como External Communication Coordinator for LAAM & Caribbean para Aldeas Infantiles, y Product Manager para la línea de consumo masivo de Roemmers. Belén es egresada de la carrera de Comunicación de la Universidad de Montevideo, tiene un máster en Digital Analytics de KSCHOOL, un Máster en Marketing Digital de ICEMD, y participaciones en diversos seminarios.



María José Iriarte

Content Manager - Equipo de HEPIC. Cuenta con más de 20 años de experiencia en la industria de noticias trabajando en gestión de contenidos y estrategia digital. Pasó del periodismo puro al negocio editorial, lo que ha implicado la coordinación de equipos editoriales, la gestión de proyectos digitales, la negociación de acuerdos con empresas de medios de América Latina, así como la coordinación de las operaciones de agencias de relaciones públicas y marketing de contenidos.



Federica Vila

Desde el 2018, colabora con Startups, Pymes y Grandes Empresas de muy variados sectores para posicionar su marca y escalar ventas, con su servicio de estrategia digital y gestión de publicidad online B2B y B2C.

Trabaja Freelance y colabora con equipos de agencias digitales como Wild FI, Guacamole, 5ocio, Lumbra y Septum.

Es Mágister en Digital Business - University of Westminster, London, además de tener títulos como Contadora Pública y Licenciada en Administración.

Actualmente es Coordinadora del Programa Avanzado de Marketing Digital de la Universidad de Montevideo y desde el 2018 tiene experiencia en la educación en el que se destaca su rol como Profesora de Marketing Digital en: Universidad de Montevideo (grado y postgrado), Senpai Academy, Sinergia Campus, y como Speaker en ALTAG.

Empresas que colaboran en el armado de los contenidos:



Fenicio eCommerce es una plataforma en la nube líder a nivel regional que resuelve de manera integral la operativa y gestión de canales de venta de comercio electrónico. Cuenta con más de 450 empresas en Uruguay y América Latina, entre los que se encuentran las marcas más importantes de belleza y farmacia, indumentaria, accesorios, tecnología, artículos para el hogar y más.



Son especialistas en copywriting y generación de contenidos en diversos formatos, desde artículos para Blogs, e-books, White Papers, Producción de podcast o videos, contenidos para Personal Branding, sitios web y Landing Pages. Usamos el poder de los contenidos para hacer crecer a tu organización.



Servicios de marketing basados en Datos. Son un equipo de profesionales con gran experiencia práctica en distintas disciplinas del marketing online. Nos centramos en servicios clave de optimización para las empresas: Analítica Web, SEO, CRO, Business Intelligence y estrategias de negocio. Trabajan con un perfil de base técnica pero 100% orientado a los objetivos del marketing y focalizado al cliente, fundamentalmente desde las Islas Baleares pero tienen presencia en las ciudades más importantes de España: Madrid, Barcelona, Valencia, etc.

Masterclasses

- Marca personal por Raquel Oberlander.
- Email Marketing.
- Influencer marketing.
- SEO.
- CHAT GPT.
- Whatsapp.

Ping Pongs

- Manejo con Agencias con WILDFI.

WILD FI

- Podcasting.
- Estrategias B2B.

Evaluación

Durante la última clase de cada módulo del curso tendrán una instancia de desafío práctico en el que tendrás que aplicar los conocimientos adquiridos a una situación a un escenario real.

¿Cómo me inscribo?

- Contactate con un asesor académico vía mail a umpe@um.edu.uy
- Agendá una entrevista orientativa.
- Completa el Test de Conocimiento.
- Aboná la seña para asegurar tu lugar y seleccioná método de pago.

Inversión

Consultá sobre la inversión, becas,
descuentos y planes de financiamiento
con tu asesor académico.



¿Quiénes somos?

**SOMOS LA UNIDAD DE MAESTRÍAS Y POSGRADOS EN ECONOMÍA (UMPE)
DE LA UNIVERSIDAD DE MONTEVIDEO**

Somos una nueva generación de profesionales. Entendemos la innovación y la tecnología como un activo fundamental para el desarrollo profesional, por lo que **nuestros programas permiten estar siempre a la vanguardia y actualizado en los últimos temas.**

Formamos nuevos **líderes profesionales** que aspiran a tener un **impacto profundo y duradero en las empresas y en la sociedad, capaces de tomar buenas decisiones y resolver con éxito diferentes escenarios a través de una metodología enfocada en la resolución de casos reales.**

En nuestros programas se integran lo mejor de los dos mundos: la calidad de la formación presencial y la flexibilidad del entorno virtual. **Creamos una comunidad única con profesores de excelente calidad, nacionales e internacionales, que trabajan en empresas líderes del mercado, junto a estudiantes y profesionales que buscan la constante actualización.**