

Marketing Digital: Fundamentos, Estrategia, Planificación

Información General

Fecha de inicio: 17/07/2026

Frecuencia: Semanal

Carga horaria por clase: 90 min

Presentación

La formación en Marketing Digital: Fundamentos/ Estrategia/ Planificación brinda a los participantes la capacitación para investigar y evaluar los mercados online, descubrir oportunidades y plantear estrategias de comercialización y comunicación online eficaces para los consumidores en la nueva realidad del mundo digital. Los participantes aprenderán desde un enfoque estratégico y generalista a utilizar las ventajas de las tecnologías del marketing digital para planificar y desarrollar el plan de marketing de cualquier emprendimiento para posicionar su marca en la web.

Objetivos Generales

Que los participantes aprendan a desarrollar investigación, producir análisis , crear estrategias, definir oportunidades y planificar las actividades necesarias para integrar los medios digitales en los planes de marketing y comunicación de sus emprendimientos, entendiendo las ventajas y los riesgos que supone invertir en Internet como medio de comercialización.

Objetivos Específicos

- Aprendan a crear un Plan de Marketing Digital para organizar la ejecución de las iniciativas comerciales en el mundo digital.
- Desarrollen la habilidad de investigación de oportunidades online, analizar y proponer estrategias de mercadeo y acciones tácticas.
- Comprendan el funcionamiento de las distintas herramientas de promoción, publicidad, difusión y posicionamiento de la marca en Internet.
- Aprendan a desarrollar las estrategias y la planificación necesarias para implementar campañas de comunicación en los medios digitales.

Destinatarios

- Personas que tengan responsabilidad por llevar adelante proyectos en Internet y desean perfeccionarse.
- Emprendedores o responsables de negocios tradicionales que quieran llevar su negocio a la web.
- Profesionales o futuros profesionales del marketing, comunicación, publicidad y / o venta.
- Profesionales de agencias y consultoras interesadas

- Área de Marketing, Comunicación y Publicidad, Internet o marketing digital en empresas o instituciones

Plan de Estudios

Módulo 1: Marketing online. Conceptos y Estrategia

- Conceptos de marketing Digital
- Los nuevos medios digitales y el marketing online
- El marketing mix en el mundo digital
- Estrategias de Marketing integrado online – offline
- Evaluación Final Integradora y Recuperatorio

Bibliografía

- Opresnik, . (2019). El marketing en redes sociales: Una guía práctica (4ta edición ed., Vol. 1, pp.). NYC, USA: Opresnik Management Consulting.
- Chaffey, D. (2015). Digital Marketing .Strategy, Implementation and Practice (6ta edición ed., Vol. 1, pp.). London, UK: Pearson.
- Chaffey, D. (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing (quinta edición ed., Vol. 1, pp.). London, UK: Pearson.

UTN.BA Campus Online — Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Buenos Aires

Mozart 2300, C1407 CABA, Argentina • +54 11 4867-7500 • campus@frba.utn.edu.ar

Documento generado el 23/07/2026 12:58 • UUID: 2c08e438-6ab2-4239-a487-38d2f6ffada6