

DIPLOMADO EN
MARKETING
DIGITAL
ONLINE



INQBA
La Escuela de Negocios



¿POR QUÉ TOMAR EL DIPLOMADO?



- Alta demanda de especialistas en Marketing Digital con enfoque en resultados.
- Dominio de herramientas de Inteligencia Artificial para la optimización de campañas y la generación de activos visuales.
- Integración de los canales clave de ventas (SEO, SEM, Meta Ads, TikTok) en una estrategia unificada.
- Habilidad para medir el Retorno de Inversión (ROAS, ROI) y otras métricas clave de performance.

OBJETIVO



Capacitar a los participantes para diseñar, ejecutar y medir estrategias de marketing digital multicanal de alto impacto, utilizando herramientas avanzadas e Inteligencia Artificial para potenciar la presencia de marca y aumentar las ventas y el Retorno de Inversión (ROI).



OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Definir la propuesta de valor y el buyer persona utilizando análisis de comportamiento y herramientas de IA.
- Diseñar una estrategia de Marketing Digital multicanal y establecer objetivos medibles (SMART y OKRs).
- Crear, ejecutar y optimizar campañas publicitarias de pago (Meta Ads, Google Ads) enfocadas en la conversión y la rentabilidad.
- Dominar las técnicas de Posicionamiento Web (SEO y SEM) para aumentar el tráfico orgánico y pagado.
- Medir, interpretar y analizar el desempeño de todas las acciones digitales para la toma de decisiones basada en datos (data-driven).

DIRIGIDO A

Emprendedores, empresarios, profesionista y líderes de marca que desean potenciar su presencia digital, aumentar sus ventas y tomar control de sus estrategias comerciales en medios digitales. Gerentes de Marketing, Community Managers, y profesionales de ventas que busquen especialización en Performance Marketing.



PERFIL DE **INGRESO**

Emprendedores, empresarios, profesionistas con interés en el marketing digital. Dueños de negocio que necesiten estructurar una estrategia digital y que quieren aprender a vender por plataformas digitales.

PERFIL DE **EGRESO**

Capacidad para construir y gestionar estrategias de marketing digital que conecten objetivos de negocio con resultados de venta. Dominio en la ejecución de campañas. Habilidad para crear contenido digital de alta conversión y optimizar el sitio web.

REQUISITOS

Contar con conocimientos básicos de marketing en el entorno digital y el uso de redes sociales. Equipo de cómputo portátil.

METODOLOGÍA

El diplomado utiliza una metodología práctica y de aplicación inmediata. Se basa en el desarrollo de un proyecto de estrategia digital real, guiando al participante a través de la creación de sus propias campañas y activos.

MÓDULO 01

PROPUESTA DE VALOR, SEGMENTOS Y HÁBITOS DEL CONSUMIDOR

🕒 (12 HORAS) / 4 SESIONES

1. Fundamentos del Marketing Digital.
2. Comprender los elementos y objetivos de una estrategia de Marketing Digital.
3. Definiciones clave y evolución del marketing (del producto al cliente).
4. Perfilación del cliente ideal (buyer persona) y segmentación digital.
5. Mapas de empatía y customer jouney.
6. Comunicación efectiva de la propuesta de valor.
7. Introducción al uso de IA para generación automática de perfiles de clientes y creación de mensajes personalizados.
8. Análisis predictivo de comportamiento del cliente con IA.

MÓDULO 02

EL NUEVO CONSUMIDOR Y EL ENTORNO DIGITAL

🕒 (12 HORAS) / 4 SESIONES

1. Comportamiento del consumidor digital y nuevos hábitos de compra.
2. Propuesta de valor en línea y su comunicación efectiva.
3. Modelos de negocio digitales: suscripción, afiliación, freemium, etc.
4. Modelos de ingreso en plataformas digitales.
5. Introducción a la inteligencia artificial aplicada al análisis del consumidor.

MÓDULO 03

REDES SOCIALES Y REPUTACIÓN DIGITAL

🕒 (15 HORAS) / 5 SESIONES

1. Reputación digital y estrategia en gestión de redes sociales.
2. Creación de contenido atractivo: stories, reels, presentaciones, blogs.
3. Calendario editorial y herramientas (Meta Business Suite, canva, buffer ect).
4. Uso de IA en la gestión de redes (ej. Generación de contenido, herramientas como ChatGPT, Lumen5 o Jasper)
5. Medición de resultados e interpretación de métricas.
6. Reputación digital y atención al cliente en línea.

MÓDULO 04

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL MULTICANAL

🕒 (15 HORAS) / 5 SESIONES

1. Diseño de la estrategia de marketing digital:
 - Objetivos SMART (actualizado para entornos ágiles, OKRs (Objectives & Key Results) aplicados a marketing, cómo conectar objetivos de negocio – marketing – ventas).
 - Definición de KPIs (CPC, CTR, CPA, CAC, ROAS, ROI).
 - Presupuesto: Modelos de distribución de inversión digital, Presupuestos basados en performance y ROAS, Cálculo del costo por oportunidad (CPL), Modelos de atribución (first touch, last touch, data-driven).

2. Introducción a las métricas clave de marketing (Métricas de retención: CLV, engagement rate, churn rate, Métricas de experiencia: NPS digital, CSAT digital, Métricas de contenido: scroll depth, tiempo de retención, interacción)
3. Inbound Marketing: atracción y conversión por contenido.
4. Blended Marketing: integración de canales online y offline.
5. Automatización con herramientas digitales e IA (ej. Chatbots, email automation, IA para recomendaciones de contenido)
6. Creación y ejecución de cuenta comercial en Meta y Google.

MÓDULO 05

DISEÑO Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DIGITALES

🕒 (18 HORAS) / 6 SESIONES

1. Fundamentos de una campaña digital:
 - Objetivo, audiencia, mensaje, canales y duración
2. Elección de plataformas y medios (meta ads, Google Ads, Tiktok, emails, influencers y redes sociales, etc).
 - Estrategia Multicanal: Diferencias entre vender en Google (Necesidad) vs. Meta/TikTok (Deseo).
 - Creatividad Publicitaria Avanzada:
 - Frameworks creativos (AIDA, PAS) aplicados a imágenes y video.
 - Taller de IA Generativa Visual: Creación de activos visuales para anuncios impactantes.
3. Diseño del mensaje y creatividad publicitaria.
4. Prueba A/B y personalización con IA.

5. Plataformas de IA para testeo multivariado y optimización de anuncios.
6. Indicadores clave de campaña y métricas para análisis de resultados. (CPA, ROAS, CPC, CAC).

MÓDULO 06

POSICIONAMIENTO WEB Y PUBLICIDAD EN BUSCADORES

🕒 (18 HORAS) / 6 SESIONES

1. SEO:
 - Principales factores de posicionamiento
 - Herramientas de análisis (Google Search console, SEMrush, Ubersuggest)
 - SEM:
 - Planificación de medios pagados
 - Google Ads: estructura, configuración y ejecución
 - Medición de campañas: CRT, conversión, costo por clic
 - Integración de IA en publicidad digital (Google Performance Max, generación de anuncios con IA)
2. Creación de sitio web con WIX o similar:
 - Ingeniería de la Oferta: Aterrizar la Propuesta de Valor Única y Ángulos de Venta (Hooks).
 - Creación de Landing Pages de Alta Conversión: Uso de WIX/Wordpress con enfoque en estructura persuasiva (Cabecera, Problema, Solución, Prueba Social, CTA).
 - Taller de Diseño de Experiencia del Usuario: Estructura del sitio Web, contenido de principio a fin, uso de ChatGPT/Claude/Gemini para redactar textos que venden, no solo que informan.
 - Configuración de Analítica Base: Instalación de Google Analytics 4 y Píxeles de seguimiento.

🕒 **TOTAL 90 horas**



INQBA

La Escuela de Negocios

VISITA NUESTRA PÁGINA WEB:

inqba.edu.mx

 /inqbaoficial

 @inqbaoficial

 inqba

 INQBA Escuela de Negocios

 @inqbamexico

 @inqbamex