

**Educación
Continua**
TECNOLÓGICO DE MONTERREY



Diplomado
Marketing Interactivo

Objetivo

Conoce la importancia de la publicidad digital y el *marketing* interactivo, así como los elementos que componen el ecosistema y su interacción.

Obtén una visión general de la evolución de los medios digitales y el papel estratégico que México tiene dentro de la inversión publicitaria.

Beneficios del programa:

- Conocerás la importancia de la comunicación interactiva, así como a los protagonistas de la publicidad interactiva y su función dentro del proceso de comunicación publicitaria.
- Tendrás una visión general de la evolución de los medios electrónicos en México y el mundo; además, comprenderás el papel estratégico de los nuevos medios electrónicos y su creciente participación en el mercado.
- Comprenderás la importancia de conocer cuáles son los estímulos que más atraen a la compra de tus clientes y los elementos que influyen en su toma de decisiones en un medio digital.
- Conocerás las acciones convencionales y no convencionales de la publicidad interactiva, así como las vías de comercialización.
- Conocerás las leyes que afectan directamente al desarrollo de una acción de publicidad interactiva.

Dirigido a:

Egresados de carreras de Mercadotecnia, Comunicación, Diseño Gráfico, Negocios, Tecnologías de la Información o afines con conocimientos en fundamentos teóricos de publicidad y *marketing*. Es deseable contar con experiencia de al menos 2 años en *marketing*, experiencia básica en *marketing* digital y comprensión de textos y oral del idioma inglés de al menos 80%.

Contenido del programa

El Seminario en *Marketing* Interactivo consta de **nueve módulos**, que suman **128 horas** de estudio en total.

Módulo 1. Introducción al *Marketing* Interactivo

(20 horas)

- Historia del internet
 - Evolución del modelo de *marketing*
 - El enfoque al consumidor
 - Las generaciones de nuevos consumidores
 - Hábitos de navegación
 - Análisis del comportamiento *online*
-

Módulo 2. Legislación de la Publicidad en Internet

(12 horas)

- Introducción a las tecnologías de la información y su régimen jurídico
 - Propiedad intelectual y *marketing* digital
 - Publicidad en internet
 - Iniciativas de leyes que pueden afectar el marco regulatorio de internet en México
-

Módulo 3. *Social Media*

(12 horas)

- Redes sociales
 - Influencia y *word of mouth*
 - Planeación de estrategias
 - Crisis en *social media*
 - Plataformas sociales
 - Aspectos legales
-

Módulo 4. *Mobile*

(12 horas)

- Conceptos básicos de *mobile*
- *Target*
- SEM *mobile*
- Herramientas *mobile*

Módulo 5. Search Marketing

(12 horas)

- Introducción a los buscadores
 - Factores clave para el posicionamiento orgánico
 - Factores clave para la publicidad en buscadores
 - Campañas publicitarias en buscadores
 - Seguimiento de conversiones
-

Módulo 6. Estrategia Integral de Marketing Interactivo

(12 horas)

- La estrategia
 - Enfoque de oportunidades
 - Planteamiento de objetivos
 - Plan de acción integral
-

Módulo 7. Inteligencia de Mercados

(16 horas)

- Introducción
 - Metodologías y herramientas de medición
 - Momentos de medición en los diferentes medios digitales
 - La medición como elemento integrador
-

Módulo 8. Creatividad

(12 horas)

- Conceptos de creatividad
- Ecosistema digital
- Desarrollo de creatividad en agencias
- El *insight*
- Técnicas creativas
- Formatos
- Estrategia de contenidos
- De AIDA al *Consumer Journey*
- Presentación de campañas

Módulo 9. Planeación de Medios Interactivos

(20 horas)

- Antecedentes
- Planeación de medios interactivos
- Primeros pasos
- Pasos del *Interactive Media Plan*

Permítenos asesorar tu trayectoria profesional, será un gusto atenderte personalmente.