

## Marketing Digital Avanzado con Análisis de Datos

<b>Modalidad:</b>	Presencial	<b>Tipo:</b>	Programa Integral
<b>Duración:</b>	60.0 (horas académicas de 50 minutos)		

### Acerca de este Programa

El Programa de Especialización Marketing Digital Avanzado con Análisis de Datos está diseñado para preparar a los profesionales y estudiantes en el manejo avanzado de herramientas, estrategias y técnicas de marketing digital con un enfoque basado en datos. Con una duración total de 60 horas, este programa combina tres módulos complementarios: "Estrategias Avanzadas en Marketing Digital", "Google Analytics y Optimización de Conversiones" y "Marketing Predictivo y Big Data para Marketing Digital".

A lo largo del programa, los participantes adquirirán conocimientos en la planificación y ejecución de estrategias digitales avanzadas, el análisis de métricas clave mediante herramientas como Google Analytics y la implementación de modelos predictivos basados en Big Data. Esto les permitirá identificar patrones de comportamiento, optimizar campañas personalizadas y mejorar las conversiones en sus estrategias digitales.

El programa, dictado de manera virtual, cuenta con un enfoque práctico, utilizando casos reales, herramientas especializadas y ejercicios aplicados, lo que asegura una formación integral y adaptable a las necesidades del mercado actual. Los participantes recibirán certificación avalada por TECSUP, una institución reconocida por su excelencia educativa. Este programa está dirigido a profesionales y estudiantes que buscan diferenciarse en el ámbito del marketing digital y destacar en un mercado laboral competitivo.

### Módulos y Temario

#### **Módulo 1: Estrategias Avanzadas en Marketing Digital (20 h.)**

Nro.	Tema
1	Unidad 1.- Introducción al Marketing Digital Avanzado
2	Unidad 2.- SEO Avanzado: Optimización para Motores de Búsqueda
3	Unidad 3.- SEM Avanzado: Marketing en Motores de Búsqueda
4	Unidad 4.- Publicidad en Redes Sociales: Facebook Ads y Más
5	Unidad 5.- Análisis de Resultados: Medición y KPIs en Marketing Digital

#### **Módulo 2: Google Analytics y Optimización de Conversiones (20 h.)**

Nro.	Tema
1	Unidad 1.- Introducción a Google Analytics: Configuración y Uso
2	Unidad 2.- Segmentación y Análisis de Audiencias en Google Analytics
3	Unidad 3.- Análisis de Conversiones y Objetivos
4	Unidad 4.- Optimización de Conversiones: Estrategias y Herramientas
5	Unidad 5.- Dashboarding y Reportes Avanzados

#### **Módulo 3: Marketing Predictivo y Big Data para Marketing Digital (20 h.)**

Nro.	Tema
1	Unidad 1.- Introducción al Marketing Predictivo
2	Unidad 2.- Big Data y su Impacto en las Estrategias de Marketing
3	Unidad 3.- Modelos Predictivos en Marketing
4	Unidad 4.- Análisis de Comportamiento del Cliente a Través de Big Data
5	Unidad 5.- Optimización de Campañas a Través de Marketing Predictivo