

EMAIL MARKETING

Duración: 40 horas reloj

Modalidad: virtual con encuentros sincrónicos por zoom

Ciclo lectivo: 2025

Convocatoria: 3ra

Inicio: 06 de agosto 2025

Finalización: 26 de septiembre 2025

Presentación

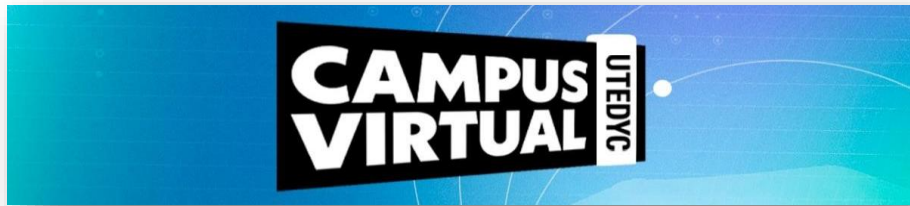
Este curso ofrece una formación integral en Email Marketing, enfocándose en el uso de herramientas gratuitas complementadas con técnicas de inteligencia artificial para la optimización de campañas.

A lo largo del trayecto formativo, los participantes adquirirán conocimientos teóricos y prácticos para diseñar, segmentar, automatizar y evaluar estrategias de comunicación digital a través del correo electrónico. La modalidad virtual incluye encuentros sincrónicos para profundizar en los contenidos y análisis de casos prácticos.

Está dirigido a profesionales y estudiantes interesados en fortalecer sus competencias en marketing digital y en la gestión eficiente de canales de comunicación con audiencias específicas.

Objetivos

- Brindar a los participantes una comprensión integral del email marketing como herramienta estratégica de comunicación digital.
- Capacitar en el uso de plataformas gratuitas para la creación, envío y automatización de campañas de correo electrónico.
- Incorporar herramientas de inteligencia artificial para optimizar el diseño, la segmentación, el análisis de resultados y la personalización de campañas.
- Promover el desarrollo de habilidades para gestionar bases de datos de contactos de forma eficiente y alineada con las normativas vigentes.
- Aplicar estrategias avanzadas de email marketing, integrando tendencias actuales y tecnologías emergentes, con una mirada orientada a la mejora continua y el análisis predictivo.



Contenidos

Unidad 1: Introducción al Email Marketing

1. Conceptos Básicos del Email Marketing:
 - o ¿Qué es el email marketing y por qué es importante?
 - o Estrategias efectivas de email marketing.
2. Herramientas Gratuitas para Email Marketing:
 - o Introducción a Mailchimp, MailerLite, y Sendinblue.
 - o Comparativa de las versiones gratuitas de estas herramientas.
3. Tipos de Emails en Marketing:
 - o Promocionales, newsletters, transaccionales, y de reactivación.
 - o Ejemplos prácticos de cada tipo.
4. Mejores Prácticas en Email Marketing:
 - o Cómo evitar que tus correos se marquen como spam.
 - o Factores clave en la tasa de apertura y clics.
5. Legislación y Normativas:
 - o Reglas sobre el consentimiento de los usuarios (GDPR y CAN-SPAM).
 - o Cómo implementar políticas de privacidad en campañas de email.

Unidad 2: Creación y Diseño de Emails

1. Diseño de Emails Efectivos:
 - o Uso de plantillas prediseñadas en Mailchimp y MailerLite.
 - o Herramientas gratuitas para crear gráficos y diseños (Canva).
2. Optimización de Diseño para Dispositivos Móviles:
 - o Técnicas de diseño responsivo.
 - o Pruebas y simulaciones en diferentes dispositivos.
3. Personalización de Contenido:
 - o Introducción a la segmentación y personalización en Mailchimp.
 - o Uso de variables personalizadas para dirigirse a cada suscriptor por su nombre.
4. Optimización por IA en Diseño de Emails:
 - o Uso de IA para mejorar el diseño y la personalización.
 - o Herramientas como Grammarly para corrección y estilo.
5. A/B Testing: o Introducción a las pruebas A/B para optimizar asuntos y contenido.
 - o Implementación en Mailchimp y Sendinblue.

Unidad 3: Gestión de Bases de Datos y Segmentación

1. Creación y Gestión de Bases de Datos:
 - o Cómo importar y organizar contactos en Mailchimp y MailerLite.
 - o Mejores prácticas para la gestión de listas de correos.
2. Segmentación de Audiencia:
 - o Cómo segmentar tu base de datos en grupos relevantes.



- o Casos prácticos de segmentación por comportamiento y demografía.
- 3. Automatización de Procesos con IA:
 - o Uso de Mailchimp y Sendinblue para automatizar tareas como la segmentación y el envío de correos.
 - o Ejemplos de automatizaciones basadas en comportamiento del usuario.
- 4. Herramientas Gratuitas para el Crecimiento de Listas:
 - o Uso de formularios de suscripción y pop-ups.
 - o Herramientas gratuitas como Google Forms para capturar datos.
- 5. Optimización de la Lista de Contactos:
 - o Técnicas para mantener una lista limpia y actualizada.
 - o Implementación de procesos de limpieza de lista en Mailchimp.

Unidad 4: Envío Masivo de Correos y Automatización

- 1. Introducción al Envío Masivo de Correos:
 - o Herramientas para el envío masivo: Mailchimp, Sendinblue, y Benchmark Email. o Consideraciones al enviar correos a grandes audiencias.
- 2. Automatización de Campañas: o Creación de campañas automatizadas en MailerLite y Sendinblue.
 - o Ejemplos de automatizaciones: correos de bienvenida, correos de seguimiento.
- 3. IA en la Optimización de Envíos:
 - o Uso de inteligencia artificial para optimizar el mejor momento para el envío de correos.
 - o Implementación de IA en Mailchimp para mejorar la tasa de apertura.
- 4. Análisis de Resultados de Envíos:
 - o Herramientas de análisis y reportes en Mailchimp y Sendinblue.
 - o Interpretación de métricas clave: tasa de apertura, clics, conversiones.
- 5. Gestión de Campañas de Drip Marketing:
 - o Creación y gestión de campañas de drip marketing.
 - o Herramientas gratuitas para configurar secuencias automatizadas.

Unidad 5: Integración de IA y Optimización Avanzada

- 1. Optimización de Asuntos de Email con IA:
 - o Uso de IA para generar y probar asuntos de email efectivos.
 - o Herramientas como Phrasee para crear asuntos atractivos.
- 2. Personalización Dinámica del Contenido:
 - o Uso de IA para adaptar el contenido en tiempo real según el comportamiento del usuario.
 - o Implementación en herramientas como Mailchimp.
- 3. Automatización Avanzada con IA:
 - o Configuración de automatizaciones avanzadas en Sendinblue y Mailchimp.
 - o Ejemplos de automatizaciones personalizadas por IA.
- 4. IA en la Segmentación Predictiva:
 - o Uso de IA para predecir comportamientos y segmentar audiencias.
 - o Ejemplos de segmentación predictiva en Mailchimp.



5. Análisis Predictivo de Campañas:
 - o Herramientas de análisis predictivo para mejorar futuras campañas.
 - o Implementación de IA para predecir tasas de éxito y ajustar estrategias.

Unidad 6: Estrategias Avanzadas y Futuro del Email Marketing

1. Tendencias Futuras en Email Marketing:
 - o Exploración de las últimas tendencias y cómo se espera que evolucione el email marketing.
 - o Ejemplos de tecnologías emergentes que impactarán el email marketing.
2. Integración con Otras Estrategias de Marketing Digital:
 - o Cómo integrar el email marketing con SEO, redes sociales y content marketing.
 - o Herramientas como Buffer y Hootsuite para combinar estrategias.
3. Uso de IA para Análisis Avanzado:
 - o Uso de IA para analizar grandes volúmenes de datos y optimizar campañas.
 - o Herramientas de análisis predictivo y su implementación.
4. Automatización Completa del Ciclo de Vida del Cliente:
 - o Creación de flujos de trabajo automatizados que cubren todo el ciclo de vida del cliente.
 - o Ejemplos de flujos desde la captación hasta la retención.
5. Monitoreo y Ajuste Continuo de Estrategias:
 - o Cómo monitorear y ajustar campañas en tiempo real usando IA.
 - o Implementación de estrategias de mejora continua en plataformas gratuitas.

Metodología

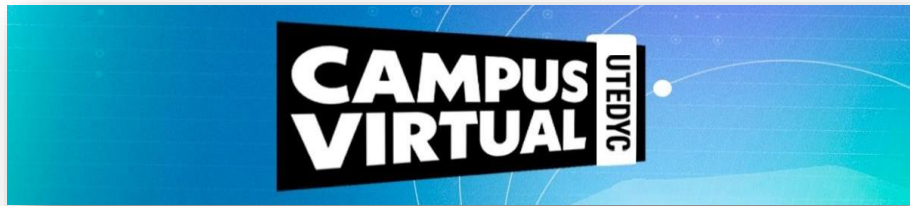
Este curso es de modalidad virtual y tiene una duración de dos meses. Asimismo, está planteado un (1) encuentro sincrónico semanal con el equipo de tutoría y expertos para facilitar el desarrollo de los temas a abordar. En dicho encuentro se realizará una exposición teórica como también la explicación de algún caso práctico o ejercicio. Las clases sincrónicas serán por zoom.

Los contenidos están desarrollados en seis (6) unidades didácticas, que contemplan palabras claves, material de lectura obligatoria y de apoyo, actividades de evaluación diseñadas por el docente junto con propuestas de reflexión y análisis orientadas a poner en práctica los conocimientos adquiridos. Todos los recursos disponibles en el campus podrán ser descargados por los participantes y alojados en sus respectivos dispositivos electrónicos.

El día de inicio del curso cada alumno recibirá sus datos de ingreso (usuario y contraseña) que le permitirán acceder a los materiales.

El campus virtual está articulado sobre una plataforma entorno Moodle, que es un sistema de gestión que propicia y promueve la construcción de comunidades de aprendizaje de la que participan los expertos, tutores y cursantes. Tiene una interfaz de navegador de tecnología sencilla que simplificará sus recorridos didácticos.

La propuesta educativa propicia la construcción de comunidades de aprendizaje conformadas por personas geográficamente distantes pero que comparten esta experiencia en un entorno virtual, y así podrán de manera compartida recorrer un trayecto formativo que les permita adquirir nuevas herramientas para su desarrollo laboral.



Evaluación / Condiciones de aprobación

Una vez abierto el curso, el estudiante podrá acceder con su usuario y contraseña al campus virtual e ir descargando el material como así también realizando las tareas que el equipo de tutoría vaya proponiendo a lo largo de la cursada.

La aprobación del mismo combinará la evaluación de los siguientes factores:

- Realización de las actividades que se propongan.
- Participación en foros.
- 75% de asistencia a las clases sincrónicas.
- Aprobación de la instancia final de evaluación integral.

Una vez aprobado el curso, la plataforma requerirá al cursante responder una encuesta relacionada a la experiencia de aprendizaje transitada y una vez respondida se podrá descargar el certificado que es digital con formato para impresión y avalado por UTEDYC.