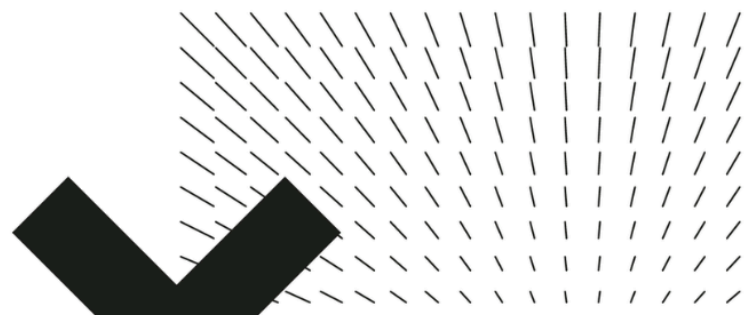
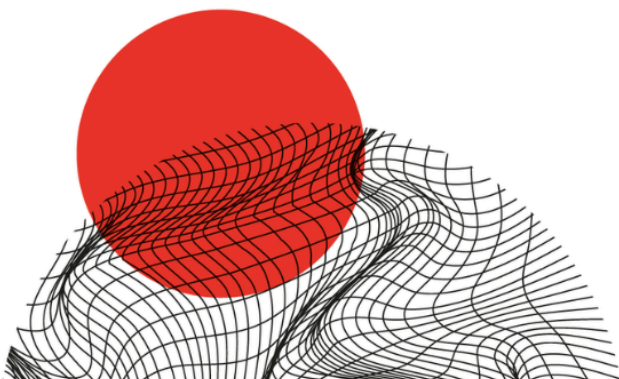


**CERTIFICADO**  
**iab**.uy **DIGITAL**

Recursos | Edición 2024



En el marco del Certificado Digital de IAB Uruguay (Edición 2024), te acercamos una lista de Recursos que pueden ayudarte a repasar sobre los fundamentos y prácticas clave en el mundo del marketing digital y publicidad interactiva. Con el rápido avance de la tecnología y la transformación digital en todas las industrias, adquirir habilidades en marketing digital se ha convertido en una necesidad esencial para profesionales en busca de un crecimiento exitoso en sus carreras.

En esta lista descubrirás una amplia gama de temas que abarcan desde las estrategias digitales fundamentales hasta los conceptos más avanzados en publicidad en línea y análisis de datos. Cada módulo ha sido diseñado para proporcionar los conocimientos esenciales que te permitirán comprender, aplicar y destacarte en el competitivo mundo del marketing digital.

En cada sección encontrarás una descripción clara del tema, seguida de una selección de fuentes de referencia recomendadas. Estas fuentes incluyen libros blancos, guías, posts en sitios de referentes, recursos de plataformas líderes, libros, etc., que te ayudarán a profundizar en cada concepto y desarrollar un mejor entendimiento del tema.<sup>1</sup>

**Recuerda que estos recursos son generalistas, sirviendo como punto de partida y de referencia. No están diseñados para servir como guía de estudio específica para la certificación, ya que dicha certificación valida tu nivel y experiencia profesional en los temas cubiertos.**

A medida que avances en tu aprendizaje, te animamos a explorar más allá de estas fuentes y a mantenerte actualizado en las últimas tendencias y cambios en el mundo del marketing digital.

Te felicitamos por tu compromiso con tu desarrollo profesional.

Muchos éxitos en tu viaje de aprendizaje para obtener el Certificado Digital de IAB Uruguay.

Atentamente,

**IAB Uruguay**

---

<sup>1</sup> Hay referencias que tienen costo.

## Temario

### 1. Estrategia Digital

- Descripción: Este módulo se enfoca en comprender cómo desarrollar una estrategia digital efectiva que se alinee con los objetivos comerciales de una organización.
- Fuentes de Referencia:
  - [Perfil del Internauta del Uruguay](#) (Estudio Grupo Radar)
  - [Informe Eutic](#) (Agesic)
  - [Google Trends](#)
  - [Facebook ads](#) - Información sobre los públicos
  - [Google ads](#) - Segmentos de públicos
  - "[Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing](#)" by Simon Kingsnorth
  - "[Digital Marketing for Dummies](#)" by Ryan Deiss and Russ Henneberry
  - [Guía de Earned Media: las mejores prácticas para impulsar la visibilidad de tu marca en nuevos canales.](#)
  - [Remarketing en Analytics](#)
  - [Google Skillshop](#)
  - [Meta Blueprint](#)

### 2. Conceptos Básicos

- Descripción: Introducción a algunos conceptos fundamentales del marketing digital y la publicidad en línea.
- Fuentes de Referencia:
  - [Google My Business](#)
  - [Google Analytics](#)
  - Google Display
  - Google Search
  - Instagram Ads
  - Estadísticas de email marketing
  - [TikTok](#)

### 3. Formato Banners

- Descripción: Exploración de los diferentes formatos de banners publicitarios y su diseño efectivo.
- Fuentes de Referencia:
  - [Formatos homologados por IAB](#)
  - [Fixed Size Ad Specifications - IAB](#)

- [Youtube Advertising](#)
- [Formatos de anuncios Meta](#)
- [Formatos de anuncios Google Ads](#)
- [Formatos de anuncios TikTok](#)

## 4. Estrategias de Compra/Puja

- Descripción: Estudio de las estrategias de compra y puja en la publicidad digital, incluyendo modelos de precios y plataformas.
- Fuentes de Referencia:
  - [Google Ads](#) - Cómo determinar una estrategia de oferta según sus objetivos
  - [Facebook Ads Guide](#)

## 5. SEO (Optimización para Motores de Búsqueda)

- Descripción: Profundización en la optimización de sitios web para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda.
- Fuentes de Referencia:
  - [Documentación Google sobre SEO](#)
  - [Guía de optimización en buscadores \(SEO\) para principiantes](#)
  - Libro: [SEO Avanzado. Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web](#)
  - [Blog Semrush](#)

## 6. SEM (Marketing en Motores de Búsqueda)

- Descripción: Estudio de la publicidad en motores de búsqueda y cómo crear campañas efectivas.
- Fuentes de Referencia:
  - [Google Ads](#) - Calidad de los anuncios
  - [Concordancia](#)
  - [Keyword Planner](#)
  - [Extensiones de anuncio en Google Ads](#)
  - [Google Skillshop: Google Ads](#)

## 7. Códigos de Medición

- [Modelos de atribución](#)
- [Diferencia entre el modelo de atribución de Google Ads y Google Analytics](#)

## 8. Segmentación

- Descripción: Exploración de cómo segmentar audiencias en la publicidad digital para llegar al público adecuado.
- Fuentes de Referencia:
  - [HubSpot's Guide to Audience Segmentation.](#)
  - [Google Ads Audience Targeting Guide.](#)

- [Segmentación de Meta](#)

## 9. E-mail Marketing

- Descripción: Estudio sobre cómo crear campañas de marketing efectivas a través del correo electrónico y construir relaciones con los suscriptores.
- Fuentes de Referencia:
  - [HubSpot's Email Marketing Guide](#)

## 10. RRSS (Redes Sociales) - (Meta)

- Descripción: Exploración de las estrategias de marketing en la red social Facebook, incluyendo la creación de contenido y la gestión de anuncios.
- Fuentes de Referencia:
  - [Facebook for Business Resources](#).

## 11. CRM & BDD (Base de Datos de Clientes)

- Descripción: Aprendizaje sobre cómo gestionar relaciones con los clientes y utilizar bases de datos para impulsar estrategias de marketing personalizadas.
- Fuentes de Referencia:
  - IAB Spain: [Libro Blanco de Data](#)
  - "[Customer Relationship Management: Concepts and Technologies](#)" by Francis Buttle.
  - [Salesforce Trailhead](#) (Online Learning Platform).

## 12. Embudos de Conversión

- Descripción: Estudio de cómo diseñar y optimizar embudos de conversión para guiar a los usuarios desde el descubrimiento hasta la conversión.
- Fuentes de Referencia:
  - Post: [Mastering Your Marketing Funnel](#) by Neil Patel
  - Post: [How to Craft and Measure Profitable Funnel Conversions from Scratch](#) by Neil Patel

## 13. Modelos de Atribución

- Descripción: Exploración de los diferentes modelos para asignar el valor de conversión a los puntos de contacto en el proceso de marketing.
- Fuentes de Referencia:
  - "Marketing Attribution: Valuing the Customer Journey" by Jim Sterne.
  - [Google Analytics Attribution Models Guide](#).
  - [Modelos de atribución de Facebook](#).

## 14. Contenido Según Plataformas

- Descripción: Aprendizaje sobre cómo adaptar el contenido para diferentes plataformas digitales y públicos objetivos.
- Fuentes de Referencia:
  - [Instagram features](#)
  - Google Search
  - [Políticas de Facebook](#)
  - [TikTok resources](#)

## 15. DMP / SSP / PMD - Compra Programática

- Descripción: Estudio de cómo funcionan las plataformas de gestión de datos (DMP), las plataformas de venta (SSP) y los proveedores de datos de marketing (PMD) en la compra programática de anuncios.
- Fuentes de Referencia:
  - IAB's Guide to Programmatic Advertising.
    - [UK](#)
    - [Australia](#)
    - [IAB Tech Lab Docs \(Programmatic Guides\)](#).

## 16. Ad Serving

- Descripción: Exploración de cómo se sirven los anuncios en línea, incluyendo tecnologías y procesos involucrados.
- Fuentes de Referencia:
  - ["Ad Serving Technology: Understand the Marketing Revelation That Commercialized the Internet"](#) by Gregory Cristal.
  - [Google Ad Manager Help Center](#) (Keyword Ad serving)

## 17. Viewability y Brand Safety

- Descripción: Aprendizaje sobre cómo garantizar que los anuncios se vean por el público adecuado y se mantenga la seguridad de la marca en entornos digitales.
- Fuentes de Referencia:
  - IAB US: [MRC Viewable Impression Guidelines](#)
  - IAB UK: [Quick Q&A - Viewability](#)
  - IAB US: [Brand Safety](#)
  - [IAB Brand Safety and Suitability Guide](#)
  - IAB Europe: [Guide to Brand Safety & Brand Suitability](#)
  - [Políticas de Facebook](#)