



**UNIBE**

EDUCACIÓN  
CONTINUA



**Curso**

# Impacto Multicanal 360° Planificación Estratégica de Medios Offline y Online



Modalidad: Presencial



Duración: 24 horas

La **Universidad Iberoamericana (UNIBE)**, a través de su Departamento de Educación Continua, ofrece un amplio portafolio de programas orientados a la actualización y especialización de profesionales en diversas áreas del conocimiento. Desarrolla propuestas académicas innovadoras, alineadas con la demanda del mercado laboral nacional y global, enfocadas en el fortalecimiento de competencias para el desarrollo profesional y personal que promuevan la empleabilidad.

Ofrecemos un Aprendizaje a lo Largo de la Vida, con programas Ejecutivos y de Actualización, Salud, formación Preuniversitaria, Capacitaciones Corporativas diseñados a la medida, Microcredenciales Universitarias, Soft Skills Academy y cursos para Adultos Mayores. La integración de metodologías activas, docentes expertos y el uso de ecosistemas de aprendizaje, garantiza una experiencia formativa práctica y transformadora.



## Principales Líneas Temáticas



Ejes Clave

# Curso Impacto Multicanal 360° - Planificación Estratégica de Medios Offline y Online



Estrategia  
multicanal



Medios  
integrados



Planificación  
360°



Mix de  
medios



Inversión  
publicitaria



Medición  
avanzada

# Descripción

El Curso Impacto Multicanal 360° – Planificación Estratégica de Medios Offline y Online capacita a profesionales de marketing, comunicación y medios a diseñar, ejecutar y medir campañas integradas que combinan televisión, radio, prensa, OOH/DOOH y plataformas digitales como redes sociales, programmatic, CTV/FAST, retail media e influencers locales. A través de un enfoque estratégico y práctico, los participantes aprenderán a optimizar la inversión publicitaria mediante el uso de datos propios, modelos híbridos de medición (MMM+MTA) y técnicas de experimentación para evaluar el impacto real de sus acciones. El programa promueve la innovación con base a las nuevas tendencias, fomentando la planificación responsable y el brand safety. Al concluir, los participantes desarrollarán un plan estratégico multicanal 360° con arquitectura de audiencia, mix de inversión, KPIs y calendario de medios, alineado al contexto dominicano y a la evolución del consumo de medios.

## Objetivo

Ofrecer los conocimientos para el desarrollo de competencias estratégicas y prácticas necesarias para diseñar, ejecutar y medir planes de medios multicanal 360°, integrando televisión abierta, radio, prensa, OOH/DOOH y medios digitales (redes sociales, programmatic, CTV/FAST, retail media e influencers locales).

## Dirigido a

Profesionales de marketing, comunicación y medios en la República Dominicana.

## Beneficios

**Al finalizar este programa el egresado estará capacitado para:**

- **Diseñar** planes de medios multicanal 360°, integrando de forma estratégica medios tradicionales y digitales según el comportamiento del consumidor dominicano.
- **Optimizar** la inversión publicitaria, utilizando datos propios (first-party data), criterios de eficiencia y modelos híbridos de medición como MMM y MTA.
- **Planificar** campañas integradas en televisión, radio, prensa, OOH/DOOH y plataformas digitales, incluyendo redes sociales, programmatic, CTV/FAST, retail media e influencers locales.
- **Aplicar** criterios avanzados de medición y experimentación, para evaluar el impacto real de las campañas y tomar decisiones basadas en evidencia.
- **Incorporar** tendencias de innovación 2025, fortaleciendo la competitividad de marcas y organizaciones en un entorno de medios en constante evolución.
- **Desarrollar** arquitecturas de audiencia y mixes de inversión eficientes, alineados a objetivos de negocio, branding y performance.
- **Definir KPIs**, calendarios de medios y planes de seguimiento, asegurando coherencia, control y optimización continua de las acciones de comunicación.
- **Implementar** prácticas de planificación responsable, integrando privacidad de datos, brand safety y uso ético de los medios.
- **Fortalecer** su perfil profesional en marketing y comunicación, ampliando sus oportunidades laborales en agencias, medios, marcas y consultoría estratégica.
- **Presentar** un plan estratégico multicanal 360° aplicable, adaptado al contexto dominicano y listo para su ejecución en entornos reales.

# Contenido

## Módulo I:

### Ecosistema multicanal en República Dominicana

- Panorama de medios tradicionales (TV, radio, prensa) y digitales (portales líderes, blogs, redes sociales).
- Ranking de medios digitales dominicanos y su impacto en la planificación.
- Hábitos de consumo local: TV abierta en prime time, radio en transporte, digital en móviles.

## Módulo II:

### Planificación en medios tradicionales dominicanos

- TV abierta: negociación de paquetes, rating local, medición de Nielsen IBOPE.
- Radio: targeting por emisoras líderes (Zol, La Bakana, KQ, CDN Radio).
- Prensa: Listín Diario, Diario Libre, Hoy, El Caribe; suplementos y branded content.
- OOH/DOOH: circuitos en Santo Domingo y Santiago, pantallas digitales en plazas.

## Módulo III:

### Digital core en RD: Search, Social y Programmatic

- Search: Google Ads y SEO en portales dominicanos.
- Social: Meta, TikTok, YouTube; formatos locales más efectivos (click-to-WhatsApp, reels).
- Programmatic: inventario premium en medios dominicanos, deals privados.

## Módulo IV:

### Innovación 2025 en RD: CTV, Audio y Retail Media

- CTV/FAST: consumo en Smart TVs, Claro Video, Altice Play, Vix.
- Audio digital: emisoras online, podcasts locales (El Mañanero, Alofoke Radio Show).
- Retail Media: Jumbo, Sirena, Plaza Lama, Corripio; integración on-site y off-site.

## Módulo V:

### Influencers, creadores y WhatsApp Business

- Influencers dominicanos: micro vs macro, métricas de engagement real.
- WhatsApp Business: catálogos, automatización, conversión directa.

## Módulo VI:

### Medición avanzada en RD

- Limitaciones de data local y cómo complementarla con benchmarks globales.
- Modelos híbridos: MMM + experimentos locales.
- Incrementality testing en campañas dominicanas.

## Módulo VII:

### Data, privacidad y brand safety en RD

- Estado actual de la privacidad en RD y tendencias internacionales.
- Uso de first-party data en bancos, telcos y retailers dominicanos.
- Brand safety en medios locales y redes sociales.

## Módulo VIII:

### Plan maestro 360° para RD

- Integración de TV, radio, prensa, OOH, digital, CTV, retail media y creadores.
- Negociación con medios dominicanos: prácticas y retos.
- Simulación de compra multicanal con presupuesto realista.



## Edgar Argüello

Coordinador

Ingeniero Comercial, egresado de la Universidad del Pacífico de Chile, con Postgrado y Maestría en Marketing. Más de 20 años de experiencia en Marketing Digital y Social Media; con más de 5 años de experiencia docente a nivel universitario. Consultor independiente de marketing corporativo digital y speaker internacional de Social Media y Marketing Digital. Colaborador Radial Creador Podcast “Social Media Aplatanao” disponible en iTunes+Spotify.

Actualmente es Coordinador y parte del staff de facilitadores del Diplomado Community Management y Creación de Contenidos de UNIBE, así como docente de diversos programas de educación continua. Fue nominado a Mejor Community Manager 2012 por los TwitAwardsRD.

# UNIBE

EDUCACIÓN  
CONTINUA



¡Adquiere las **herramientas clave** para destacar en esta apasionante industria!



Para más información  
**Contáctanos**



809-689-4111  
Exts.: 2203 y 2407



[e.continua@unibe.edu.do](mailto:e.continua@unibe.edu.do)

[educacioncontinua.unibe.edu.do](http://educacioncontinua.unibe.edu.do)



*¡Escanea y comienza hoy!*