



DISEÑO MICROCURRICULAR



INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del programa:	MARKETING DIGITAL
Tipo de Programa:	Diplomado
Facultad articulada:	Ciencias Económicas y Administrativas
Programa articulado:	Mercadeo
Duración:	120 horas

Público objetivo: Gerentes generales, gerentes de mercadeo, empresarios, personas con interés en desarrollar conocimientos y habilidades en mercadeo digital.

Justificación:

Aquellos profesionales que quieren actualizar sus conocimientos con relación a las tendencias y novedades del marketing de hoy necesitan formación teórico – práctica en las nuevas herramientas de la información, la comunicación, el comercio, el consumo y el comportamiento de la sociedad en ambientes on-line, para estar a la altura de los cambios del mercado y atender las necesidades de las empresas de vanguardia se ofrece esta propuesta formativa que busca entrenar y formar a los encargados de la estrategia y las acciones de las entidades (públicas o privadas) en internet (incluyendo todo lo que implica la marca en entornos 2.0).

Objetivo general:

Proporcionar a los participantes formación teórico – práctica en el desarrollo de estrategias de mercadeo digital y Social Media, integradas en la estrategia global de la empresa, uso de plataformas, herramientas y gestión de comunidades en entornos de la web social 2.0 (páginas web, blogs, redes sociales, herramientas de medición, entre otras)

Objetivos específicos:

- Facilitar al estudiante procedimientos, métodos y procesos para que aprenda a gestionar las herramientas esenciales del marketing digital.
- Desarrollar capacidades y criterios a la hora de plantear campañas on-line para marcas, comunidades y entidades públicas o privadas.
- Capacitar a los asistentes en la generación de valor a través de la potenciación de la presencia de las marcas en internet, midiendo los impactos de sus acciones y lo que se dice de ellas por parte de otras personas o entidades.
-

Competencias a adquirir:

Manejo de herramientas de las tecnologías de la información, capacidad de análisis de situaciones complejas (casos de éxito, crisis de reputación, productos o servicios estacionales, toma de decisiones, trabajo en equipo, relaciones públicas, asertividad, comunicación).

Conocimientos previos requeridos:

Manejo del paquete básico de office, conocer navegadores de internet y elementos básicos del mercadeo y la comunicación

ESTRUCTURA		
Módulo	Temas	Intensidad horaria
1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL	¿Qué es Marketing Digital? La evolución del marketing Marketing Tradicional vs Marketing Digital El mundo de hoy y las tendencias tecnológicas Internet de las cosas La evolución de la web (web 1.0 - web 2.0 - web 3.0) Elementos de la estrategia digital	12 HORAS
2. EL CONTENIDO COMO ESTRATEGIA DE MARKETING	¿Qué es el contenido? Formatos de contenido -Artículos -Videos -infográficos -Imágenes -Storytelling -Real time content Diferencias entre Blog y Vlog Estrategia de contenidos Plan de acción	12 HORAS
3. SITIOS WEB Y POSICIONAMIENTO ORGÁNICO	Diferencias entre sitio web, micrositio, landing page, ecommerce, responsive y mobile A/B Testing Usabilidad, experiencia de usuario Principales plataformas ¿Qué es SEO? conceptos básicos de SEO SEO en social media y Youtube Inbound marketing (Marketing de Atracción) *Etapas para ejecutar una estrategia de SEO *Artículos para SEO, Google analytics	12 HORAS
4. ESTRATEGIAS DE SOCIAL MEDIA	¿Qué es social media? Introducción a: Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter, Objetivos y KPI's (Indicadores de gestión) Plan de acción Analítica en medios y redes Guía de buenas prácticas y herramientas de administración	12 HORAS
5. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD DIGITAL	¿Qué es la publicidad digital? Formatos de anuncios Pauta en redes sociales Introducción a la gestión de pauta en	12 HORAS

	<p>Google - red de Display y red de Búsqueda Analítica en SEM Plan de acción Relación entre la pauta y el desempeño de tu sitio web. Inversión</p>	
<p>6. GESTIÓN DE YOUTUBE - VIDEO PARA SOCIAL MEDIA</p>	<p>Objetivos y beneficios del video marketing Optimización del canal de Youtube Ejemplos y casos de éxito Técnicas básicas fotos y videos Integración de imágenes en redes sociales Sesión de photoshooting – práctica</p>	<p>12 HORAS</p>
<p>7. TALLER DE CREATIVIDAD PARA CAMPAÑAS EN SOCIAL MEDIA</p>	<p>Sesión de disrupción creativa Sesión de generación de ideas y análisis de tendencias Sesión de definición de contenido para nichos específicos Sesión de creatividad (texturas, colores, imágenes, sonidos).</p>	<p>12 HORAS</p>
<p>8. CURACIÓN DE CONTENIDOS PINTEREST E INSTAGRAM</p>	<p>Importancia de los nuevos contenidos y fuentes de consulta – investigación Filtrado y búsquedas específicas Herramientas y estadísticas Formatos de contenidos: optimización, edición y reescritura. Gestión de contenido gráfico en Pinteres Instagram: usos, tendencias, cifras, buenas prácticas</p>	<p>12 HORAS</p>
<p>9. ESTRATEGIAS SOCIAL MEDIA, INBOUND MARKETING</p>	<p>¿Qué es inbound marketing? Best cases Recomendaciones de gestión, plantillas, procesos. Video Blogs, contenido disruptivo, tendencias.</p>	<p>12 HORAS</p>
<p>10. SOCIAL MEDIA PLAN</p>	<p>Social media plan Elaboración de presupuestos Plantillas de gestión Workflow – tareas y cronogramas de gestión</p>	<p>12 HORAS</p>

METODOLOGIA (*)

Charlas eminentemente prácticas con revisión de casos de éxito, conferencias; talleres, análisis de casos y videos prácticos.