



CÁMARA DE COMERCIO
DE VILLAVICENCIO
Construyendo Región



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES



Grupo Objetivo:
Profesionales y emprendedores vinculados a
áreas de Marketing, Comunicaciones, Publicidad,
Relaciones Públicas y afines.

Conferencistas:
Docentes Universidad Javeriana

Duración: 100 Horas

Valor: 2.200.000

10% de descuento para Afiliados a la CCV
descuentos especiales para grupos



Fecha de Inicio
7 DE SEPTIEMBRE DE 2018
*Fecha de inicio sujeta hasta
completar cupo mínimo de inscritos



Viernes 5 p.m. a 9 p.m.
Sábados 7 a.m. a 1 p.m.



Auditorio Carlos Enrique Rojas V.
Cámara de Comercio de Villavicencio
Av. 40 # 24A- 71

Inscripciones: Cámara de Comercio de Villavicencio
e-mail: telemercadeo@ccv.org.co - yuly.ballesteros@ccv.org.co
PBX: (038) 681 8140 ext:1668 -1670 / # celular: 311 276 4057

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

INTENSIDAD HORARIA

100 De horas

JUSTIFICACIÓN:

La estructura propuesta proporcionará los principios fundamentales del Marketing Digital a través de la presentación de diferentes conceptos, canales y herramientas disponibles para la implementación de la estrategia digital. Este programa trata los aspectos generales del Marketing Digital sin profundizar técnicamente en ellos, iniciando por la comprensión del entorno digital, seguido por los elementos que posibilitan su implementación y la integración a la estrategia de marketing a partir de la comprensión del embudo de conversión, la formulación de objetivos e indicadores; terminando en la materialización del plan de marketing.

Al finalizar, el participante contará con una perspectiva general que le permita comprender el contexto digital y formular estrategias sólidas en coherencia con los objetivos de la organización.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar los conceptos que le permitan al participante comprender el origen, desarrollo y conceptos básicos del Marketing Digital y entender cómo las empresas de hoy día están usando las comunicaciones digitales para alcanzar sus objetivos empresariales como sus aplicaciones a diferentes objetivos organizacionales y algunas de sus herramientas y técnicas más comunes.

METODOLOGIA

Presentación de contenidos por parte del Conferencista, lectura de contenidos, debate, intercambio de ejemplos, ejercicios prácticos y estudio autónomo.

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

El Diplomado está concebido desde una perspectiva conceptual y estratégica, no se concentra en los detalles técnicos ni en el desarrollo de habilidades puntuales sobre el uso de herramientas particulares de marketing digital (debido a su orientación gerencial). Sin embargo, se realiza un acercamiento a herramientas esenciales que permitan poner en práctica los conocimientos adquiridos y monitorear los equipos de Marketing

DIRIGIDO A:

Profesionales y emprendedores vinculados a áreas de Marketing, Comunicaciones, Publicidad, Relaciones Públicas y afines que quieran entender el contexto digital y desarrollar estrategias de Marketing Digital.

CONTENIDO ACADÉMICO:

MÓDULO I INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD – 9 Horas:

Objetivos Específicos por módulo:

1. Visualizar oportunidades de transformación del modelo de negocio actual que impliquen nuevas formas de creación, captura y generación de valor.
2. Conducir estratégicamente la innovación a través de la generación de más y mejores ideas, la realización de un adecuado proceso de selección, el diseño de proyectos y la implementación en el mercado.
3. Impulsar el desarrollo de las capacidades innovadoras y creativas personales.

CONTENIDO

- ☐ Innovación centrada en el usuario
- ☐ Innovación abierta y colaborativa
- ☐ Modelo de negocio y propuesta de valor– Canvas Model
- ☐ Modelo Lean Start-Up
- ☐ Modelos de negocio en internet
- ☐ Emprendimiento digital
- ☐ Creatividad – Herramientas para el desarrollo de la creatividad y la innovación.

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

MÓDULO II FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL – 9 Horas:

Objetivos Específicos por módulo:

1. Introducir a los mandos medios y superiores de una organización, en la temática del Marketing aplicado a los medios digitales.
2. Comprender los sucesos que transformaron el entorno digital y desencadenaron la aparición del Marketing Digital.
3. Clarificar definiciones y conceptos vinculados al contexto digital.
4. Comprender el impacto de las nuevas tecnologías en el comportamiento del consumidor actual.
5. Desarrollar habilidades para ser un interlocutor válido sobre la materia.

CONTENIDO

- ❑ Conceptos y Definiciones
- ❑ Marketing – Revisión de conceptos
- ❑ Marketing Digital
- ❑ Evolución del entorno digital y el impacto en las organizaciones
- ❑ Web 1.0 | Web 2.0 | Web 3.0.
- ❑ ZMOT y Micromomentos
- ❑ El Consumidor Digital.
- ❑ Segmentación de clientes
- ❑ Tendencias de consumo

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

MÓDULO III ECOSISTEMA DIGITAL – 12

Horas: Objetivos Específicos por módulo:

1. Conocer, entender y estar en capacidad de interactuar con las diferentes herramientas y/o posibilitadores del entorno digital.
2. Reconocer la importancia del sitio web como corazón de la estrategia de marketing digital y la usabilidad web (UX) como potencializador de la experiencia del cliente.
3. Identificar los principales enfoques de la presencia online de las organizaciones.
4. Reconocer la importancia y diferencias de las estrategias de posicionamiento en buscadores.
5. Comprender la importancia de la Estrategia de Contenidos, sus diferentes formatos y orientaciones.
6. Comprender el impacto y posibilidades de las Redes Sociales como elementos clave de la estrategia de marketing.
7. Comprender las diferencias en la naturaleza de relacionamiento con los clientes través de las diferentes Redes Sociales.
8. Reconocer el impacto de las estrategias de Email Marketing y su participación en el Marketing de Contenidos.
9. Valorar la importancia que en los últimos años el Video Marketing ha ganado y las principales claves para su implementación.
10. Conocer los principales elementos relacionados con la Gestión de Reputación Online de las Organizaciones.

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

CONTENIDO

- ❑ Presencia Online y Sitios Web
 - a. Enfoques de Presencia Online
 - b. Transaccional | Branding | Información y Servicios
 - c. Usabilidad Web (UX)
 - d. Diseño centrado en el usuario (UCD)
- ❑ Display Advertising y Remarketing
 - a. Publicidad gráfica | textual | contextual
 - b. Social Ads
 - c. Remarketing
 - d. Landing Pages
- ❑ Marketing en buscadores
 - a. SEO
 - b. SEM
 - c. Extensiones de Google
- ❑ Marketing de Contenidos
 - a. Contenido Generado por el usuario (UGC)
 - b. Formatos y tipos de contenido
- ❑ Redes Sociales (RRSS)
 - a. Principales RRSS en Colombia
 - b. Naturaleza de las RRSS
 - c. Blogs y Foros
- ❑ Email Marketing
- ❑ Video Marketing
- ❑ Gestión de la Reputación Online

MÓDULO IV TALLER DE INSTAGRAM, FACEBOOK ADS Y GOOGLE ADWORDS – 15 Horas

Objetivos Específicos por módulo:

1. Conocer, entender y estar en capacidad de interactuar con las plataformas de anuncios de Facebook y Google Adwords.

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

2. Aprender las mejores prácticas, contenidos y herramientas para el uso de las principales redes sociales en Colombia en beneficio de los objetivos de marketing.

CONTENIDO

- 📌 Instagram y Facebook
 - a. Naturaleza de las redes
 - b. Mejores prácticas y contenidos
- 📌 Facebook Ads
 - a. Tipos de anuncios
 - b. Montaje de campañas
 - c. Optimización para Instagram
 - d. Monitoreo
 - e. Consejos y restricciones
- 📌 Google Adwords
 - a. Selección de palabras clave
 - b. Montaje de campañas
 - c. Monitoreo
 - d. Consejos y restricciones

MÓDULO V TENDENCIAS DE MARKETING DIGITAL – 9 Horas

Objetivos Específicos por módulo:

1. Identificar y reconocer las principales tendencias asociadas a la implementación de nuevas estrategias de Marketing Digital.
2. Comprender las principales características y conceptos asociados al desarrollo de juegos y aplicaciones para el logro de objetivos de marketing.
3. Comprender la importancia de la conectividad digital y las oportunidades de intervención que en ellas se encuentra.

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

CONTENIDO

- 📄 Marketing de Contenidos
- 📄 Publicidad Programática
- 📄 Lead Nurturing
- 📄 Apps y Web Apps
- 📄 Gamification y Advergaming

MÓDULO VI ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL - INTEGRANDO 2 ESFERAS DE MARKETING – 12 Horas

Objetivos Específicos por módulo:

1. Comprender adecuadamente las implicancias de la disrupción digital en la estrategia de marketing y de comercialización de la organización, aportando instrumentos para comprender de qué modo cada elemento del ecosistema digital contribuye a la organización.
2. Comprender la relación entre los objetivos de marketing y las acciones digitales.
3. Comprender como se pueden formular los objetivos de marketing digital en función del embudo de marketing.
4. Distinguir los diferentes enfoques de las estrategias de marketing digital.
5. Comprender el concepto e importancia del Inbound Marketing.
6. Conocer y diferenciar las acciones estratégicas y tácticas.

CONTENIDO

- 📄 Los elementos de Marketing Digital y las comunicaciones integradas de marketing
- 📄 Comparación | Integración

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

- 📖 El Marketing Digital como una estrategia de canal
- 📖 Inbound Marketing
 - a. Los ciclos de vida del cliente y los objetivos de marketing
 - b. Embudo (Funnel) de Conversión de Marketing
 - c. Marketing de Atracción
- 📖 Aportes del Marketing Digital
 - a. Acciones de Marketing
 - b. Estratégias
 - c. Tácticas
- 📖 Casos de Éxito

MÓDULO VII ANALÍTICA WEB Y PRESUPUESTO DE MARKETING – 12 Horas

Objetivos Específicos por módulo:

1. Comprender cuales son los principales modelos de costos asociados al entorno digital.
2. Comprender qué es la Analítica Web y para qué sirve.
3. Aprender a identificar y reconocer las principales métricas asociadas a una herramienta de marketing particular.
4. Observar la variedad de tipos de herramientas de analítica que podemos utilizar.
5. Aprender a elegir métricas acordes a los objetivos de marketing.
6. Aproximación a los conceptos de KPI's y Objetivos SMART.
7. Conocer qué es y cómo se hace un plan de medios: objetivos y presupuesto.

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

8. Conocer y diferenciar los principales roles asociados a la implementación de estrategias digitales, su interrelación y flujos de trabajo.
9. Desarrollar habilidades de conformación de equipos de marketing digital.

CONTENIDO

- ▣ Modelos de Costos
 - a. Subasta o Puja
 - b. CPM | CPC | CPL | CPA
- ▣ Principales Métricas y KPIs (Sitio Web y Redes Sociales)
 - a. Objetivos SMART y KPIs
 - b. Principales métricas (definición y significado) en términos de: Adquisición | Comportamiento | Resultados
 - c. Sitio web
 - d. Particulares a cada RRSS.
 - e. Anuncios gráficos y de texto
 - f. Emailing
 - g. ROI
- ▣ Herramientas de Medición
 - a. Internas | Externas
 - b. Web – Google Analytics
 - c. Redes Sociales
- ▣ Definición del Equipo de Marketing Digital
 - a. Roles, cargos, aliados y proveedores
 - b. Agencia Creativa
 - c. Agencia de Medios
 - d. Copy – Diseñador
 - e. Community Manager
 - f. Aproximación de costos (salarios y servicios)
 - g. Recomendaciones Inhouse vs Outsourced
- ▣ Definición de plan de medios presupuesto
 - a. Criterios de selección de medios
 - b. Producción y medios
 - c. Herramientas de proyección

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

d. Unificación de presupuestos

📄 Ejercicio Práctico.

MÓDULO VIII ASPECTOS LEGALES – 9 Horas

Objetivos Específicos por módulo:

1. Suministrar información básica sobre algunos aspectos legales de especial relevancia en el tráfico mercantil, en particular en lo que hace con la oferta de bienes y servicios a través de sistemas de comercio digital.
2. Describir situaciones de común ocurrencia relacionadas con la estructuración de una plataforma a través de la cual se realizan las actividades de marketing digital, tales como el montaje de sitios web, la vinculación legal con la oferta de bienes y servicios, la celebración de contratos con los destinatarios de las ofertas, el manejo de información del público.
3. Advertir y llamar la atención en relación con la prevención de riesgos y los alcances de la responsabilidad que se asume en la interacción con el público a la hora de hacer ofertas de bienes y de servicios en forma masiva.

CONTENIDO

- 📄 La empresa y la oferta de bienes y servicios
 - a. La naturaleza jurídica de quien ofrece.
 - b. Derechos de propiedad intelectual
 - c. Propiedad industrial
 - d. Derechos de autor
- 📄 La Relación con los Destinatarios o Consumidores
 - a. Formación del contrato
 - b. La oferta
 - c. Protección y derechos de los consumidores
 - d. ¿Qué derechos tienen los consumidores?
 - e. ¿Qué deberes les impone la Ley a los consumidores?

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

- f. ¿Qué es publicidad y cuándo se considera engañosa?
- g. Información, publicidad y protección al consumidor
- h. Protección al consumidor electrónico.
- i. Especulación, acaparamiento y usura

Regulaciones Especiales

- a. Protección de datos personales
- b. Competencia desleal
- c. La buena fe comercial
- d. Regulaciones especiales para ciertos productos.

MÓDULO IX. PLAN DE MARKETING DIGITAL – 15 Horas

Objetivos Específicos por módulo:

1. Conocer qué es el Plan de Marketing y la importancia que tiene su implementación y control para el futuro de la organización.
2. Aprender los principales aspectos clave para el fortalecimiento y diagnóstico iniciales del plan de marketing desde la perspectiva digital.
3. Aprender a elaborar formatos, dashboards de control, monitorización de la competencia y gestión de contenidos a medida acorde con las necesidades específicas de la organización.
4. Aprender a desarrollar un Brief de campaña para acciones tácticas.

CONTENIDO

Modelo Guía RACE Model.

- Región Análisis de la situación actual adaptada al contexto digital
 - a. Diagnóstico de presencia online.
 - b. Mercado
 - c. Cliente (segmento y comportamiento de Compra)
 - d. Competidores (Criterios de monitorización, herramientas de seguimiento)
 - e. Aliados en términos de Plaza y Promoción.

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CANALES DIGITALES

- f. SWOT
- g. Infraestructura y equipo disponible
- ☑ Definición de Objetivos
 - a. Objetivos SMART
 - b. KPIs
 - c. Dashboard de seguimiento y control.
- ☑ Formulación de Estrategias
 - a. Segmentación | Branding | Multicanal y Contenido
 - b. Propuesta de Valor
- ☑ Tácticas y Acciones
 - a. Definición y selección de medios
 - b. Acciones Estratégicas y Tácticas
 - c. Brief de Campaña
 - d. Matriz de Contenido y Calendario Editorial
 - e. Flujo de contacto y Lead Nurturing
 - f. Flujo de distribución
- ☑ Definición de Equipo y Presupuesto

CERTIFICADO

La Pontificia Universidad Javeriana otorgará certificado de participación a quienes hayan asistido por lo menos al 80% de las sesiones programadas.

INCLUYE

Honorarios profesores

Materiales de trabajo

Refrigerios en cada sesión

Diplomas expedidos por la PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

DESCUENTO: 10% Afiliados Cámara de Comercio de Villavicencio
Descuento especial por grupos de 5 personas en adelante

Inscripciones: <https://goo.gl/forms/vDAgk4BEq0I2ebyF2>

